
الإعلام والعمليات النفسية
في ظل الحروب المعاصرة
واستراتيجية المواجهة
سامية أبو النصر
دار النشر للجامعات



الإعلام والعمليات النفسية

في ظل الحروب المعاصرة

وإستراتيجية المواجهة

بطاقة فهرسة

فهرسة أثناء النشر إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية

إدارة الشئون الفنية

أبو النصر، سامية
الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة/ سامية أبو النصر. ط١ – القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠١٠.
٢٢٤ص، ٢٤سم.
تدمك ٩ ٣٤٣ ٣١٦ ٩٧٧ ٩٧٨
١- الإعلام
أ- العنوان
٣٠٦,٤٢

تاريخ الإصدار: ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م

حقوق الطبع: محفوظة للناشر

رقم الإيداع: ١٥٩٨/ ٢٠١٠

الترقيم الدولي: ISBN: 978 – 977 – 316 – 343 – 9

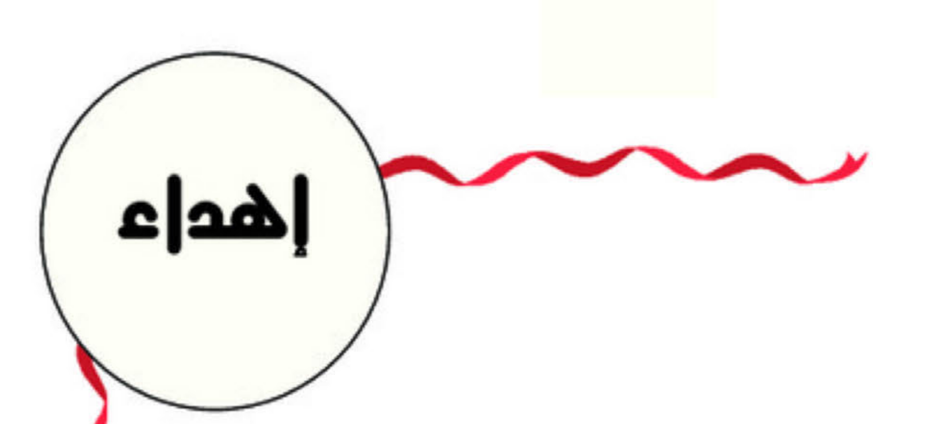
الكود: ٢/٣٠٩



الإعلام والعمليات النفسية
في ظل الحروب المعاصرة
وإستراتيجية المواجهة

تأليف

سامية أبو النصر



إلى زوجي ... شريك حياتي .. رفيق رحلة الدرب ...
والذي تبنى فكرة هذا الكتاب حتى تحددت ملامحه.

إلى زهور حياتي ... أبنائي.

إلى والدتي .. التي تعلمت منها معنى الصبر.

إلى كل من أنار لي شمعة في طريقي.

إلى كل من حمّلني أمانة الكلمة.

إلى كل من علمني حب التعلم والتعليم.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

اللغة على لسان الإعلامي والقلم في يد الصحفي لا يقلّان خطورة عن السلاح في يد العسكري؛ فالإعلام أصبح علمًا يمارس على أسس علمية وعلى نظريات تستقي مرجعيتها وقوتها من نظريات علوم إنسانية واجتماعية أخرى وليس فقط من خلال امتلاك تكنولوجيا متقدمة، مما يؤكد أهمية الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في المجالات المختلفة لإنتاج برامج على أعلى مستوى شكلا ومضمونا يخاطب عقل ووجدان المشاهد العربي.

قال هتلر في كتابه «كفاحي»: الإعلام يستطيع أن يبني دولة أو يهدم دولة. لذلك تعتبر آلية العمليات النفسية واحدة من أهم الآليات التي تستخدمها الدول حاليا في إدارة الحروب الحديثة. وتعتمد العمليات النفسية على وجود مجموعة من الخبراء والمحللين والمعلومات النفسية، بالإضافة إلى اقتصاديين واجتماعيين وعسكريين بهدف وضع إستراتيجية وخطة متكاملة على المديين القصير والطويل، وذلك من أجل إعداد البيانات والمعلومات التي ينبغي توصيلها إلى هدف بعينه من أجل السيطرة على أفكاره واتجاهاته، ومن ثم توجيه سلوكياته وتحركاته في الاتجاه الذي يخدم مصالح الدولة سواء في السلم أو في الحرب. وفي هذا الإطار نؤكد على العلاقة الوثيقة بين الإعلام والعمليات النفسية الذي اعتبر في أحد مراحل العمليات النفسية مرادفا لها.

كما أن الإعلام خلال الحروب المعاصرة قد استخدم وسائله وأساليبه في العمليات النفسية واختلفت اتجاهاته طبقا للظروف المعاصرة لتصاعد تلك الحروب، وفي ضوء سياسة كل دولة وأفكارها الأيدلوجية وإستراتيجيتها العسكرية على حدة. ونؤكد في هذا المجال على الأثر الواضح للتطور الحاد والمتلاحق لوسائل الاتصال والتطور التكنولوجي الحديث وتأثيرهما على الإعلام والعمليات النفسية.

وقد شهد العصر الذي نعيشه تطورات تكنولوجية هائلة، وأصبح يطلق عليه عصر

ثورة الاتصالات والمعرفة التكنولوجية، وأيضا أطلق عليه عصر الاتصال والسماوات المفتوحة، وقد أدت هذه التطورات التكنولوجية وما تلاها من تطور في وسائل الإعلام إلى تغيير في مفهوم قدرات الدولة الشاملة، حيث أصبحت المعلومات والثورة الإعلامية عناصر مؤثرة في تأمين استقرار الدولة، ودعم نفوذها الإقليمي.

ومن هنا، يرى البعض أن القدرة الإعلامية للدولة، هي من أهم القدرات التي تستطيع أن تؤثر بها في شعوب العالم، وهو ما جعل الدول الكبرى تستغل هذه القدرة، للوصول بثقافتها إلى مختلف شعوب العالم، بل وتستطيع الترويج لتجارتها ودبلوماسيتها وسياستها، مما يحدث تغييرًا كبيرًا - وبصفة خاصة - في شعوب العالم النامي التي لن يصمد إعلامها طويلًا أمام تدفق إعلام الدول الكبرى، حيث لن تستطيع حكومات الدول أن تمنعه من الوصول إلى شعوبها، ولا يقتصر التأثير الإعلامي على الدول الصغيرة فقط، بل قد يصل إلى دول كبرى، ونتذكر هنا الصرخات التي أطلقتها فرنسا من تأثير الإعلام الأمريكي على ثقافتها.

يعتبر الإعلام بمفهومه العلمي الواسع من أهم وأخطر الأدوات في إدارة الأزمات أو أي نزاع أو صراع، وقد يسبب النصر أو الهزيمة إذا ما أحسن توظيفه واستخدام الطرق المختلفة للعمليات النفسية، و يعتبر أداة من الأدوات المهمة التي تستعين بها الدولة في إنجاح مساعيها الدبلوماسية وتوضيح سياساتها الداخلية والخارجية، ومن حق كل دولة استخدام إعلامها الوطني والإعلام الخارجي في توضيح وجهات نظرها حول القضايا المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية وتفنيد وجهات النظر العدائية، فضلًا عن إبراز إنجازاتها وتعميق حسن المواطنة وتقوية التلاحم بين مواطنيها.

برعت الدول عبر التاريخ في الاستخدام المتقن للإعلام والعمليات النفسية؛ كالدعاية النازية التي باتت تدرس في الجامعات كمادة مهمة لفهم آليات العمل الإعلامي الدعائي، كما تفننت إسرائيل في تشويه صورة العرب والمسلمين ووضع نفسها في صورة المهدد دائمًا من قبل جيران يكرهونها، وتلجأ بعض الدول إلى استغلال هذه الأداة لشن العمليات النفسية ضد خصومها معتمدة على بعض الأساليب غير المقبولة والتي يعتبرها المحللون نوعًا من الدعاية السوداء أو الرمادية، بحيث تنشر الأكاذيب أو تنسب الأخبار

والتقارير لمصادر غير حقيقية؛ وذلك لإضفاء المصداقية المزيفة عليها.

العمليات النفسية أصبحت أكثر قوة وتأثيرًا، عن ذي قبل حيث إن اللغة لعبت دورًا مهمًّا ومؤثرا في العمليات النفسية وتم توظيفها في صياغة أساليب التحريض وصياغة الشائعات وصناعة الشعارات بأسلوب محكم على أسس علمية يسهم في نجاح هذه العمليات وتحقيق أهدافها، وظهر هذا جليًّا في الحربين الأخيرتين؛ وهما: حرب العراق مارس ٢٠٠٣، وحرب لبنان يوليو ٢٠٠٦.

أهميـــة البحث:

أ- دور الإعلام والعمليات النفسية في حشد وتوجيه وتهيئة الرأي العام، حيث وجد أن العمليات النفسية تلعب دورًا بالغ الأهمية كما ترتبط بالأهداف القومية للدولة وبخاصة في حالة الحروب وإعداد الدولة للدفاع مع عدم إغفال أهمية التنسيق بين مختلف المستويات.

ب- لعب الإعلام والعمليات النفسية دورًا مهمًّا وظهر جليًّا في الحروب الأخيرة المعاصرة وبخاصة حربي العراق ولبنان.

أهداف البحث: يمكن تحديد أهداف البحث فيما يلي:

أ - التعرف على مفهوم الإعلام ووسائله وإمكانياته المختلفة وخاصة في ظل الثورة التكنولوجية والإعلامية في الآونة الأخيرة، والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال.

ب- التعرف على المفهوم الشامل للعمليات النفسية وعلاقتها بالإعلام والدعاية والإعلان والعلاقات العامة.

ج- عرض لبعض الأمثلة التطبيقية لدور الإعلام والعمليات النفسية في الحروب المعاصرة، مثل: حرب الخليج الثالثة، وحرب لبنان.

د - الدروس المستفادة من استخدام العمليات النفسية في الحروب المعاصرة.

هـ- تحديد الخطوط الرئيسية فى تنظيم وإدارة الحملات الإعلامية والنفسية لمجابهة

تطور الأزمات المؤثرة على الأمن القومي المصري. ومحاولة صياغة رؤية وإستراتيجية متكاملة لكيفية استخدام الإعلام وبصفة خاصة الإعلام العسكري من خلال الوسائل المختلفة (صحافة - إذاعة - تليفزيون... إلخ) ووضع إستراتيجية لمواجهة الإعلام والعمليات النفسية المعادية وعرضن لأهم طرق العمليات النفسية.

فروض البحث:

من خلال المسح العلمي للدراسات السابقة مع التركيز على موضوع الدراسة «الإعلام والعمليات النفسية» فقد صاغ الباحث مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

أ- ما هي مقومات مصر الإعلامية؟

ب- هل للإعلام علاقة وثيقة بالحملات النفسية في مراحل الحرب النفسية يضاهي أنظمة التسليح الحديثة وتكتيكات القتال؟

ج - ما هي أهداف ومهام العمليات النفسية في الكوارث والحروب الحديثة؟

د - كيف يمكن تفعيل دور الإعلام والعمليات النفسية بحيث تصبح سلاحًا لا يقل أهمية عن بقية الأسلحة الحديثة؟

هـ- ما هي الإستراتيجية المقترحة لتفعيل دور الإعلام في الحروب المعاصرة؟

و - ما هي الإستراتيجية النفسية المقترحة لمواجهة العمليات النفسية المعادية في الحروب المعاصرة ؟

منـاهج البحث:

أ- المنهج التاريخي:سوف يتبع الباحث المنهج التاريخي عند دراسة تطور الدور الإعلامي.

ب- المنهج الوصفي التحليلي:تحديد طبيعة العمليات النفسية والمتغيرات الإقليمية والدولية فى ظل الحروب المعاصرة.

ج- المنهج الاستقرائي: استقراء رؤية مستقبلية عربية على المديين القريب والبعيد في ضوء بناء إستراتيجية لمواجهة الإعلام والعمليات النفسية المعادية.

أدوات الدراســة:

استعان الباحث بالعديد من الأدوات الرئيسية والمساعدة يمكن تحديدها كما يلي:

أ - الكتب والمراجع العلمية المتعلقة بموضوع البحث.

ب- الدراسات ورسائل الدكتوراه والماجستير.

ج - الدوريات والوثائق.

د - المجلات المتخصصة والمقالات والتحقيقات الصحفية.

هـ- المقابلات.

و- تصفح صفحات الإنترنت التي تعرضت للعمليات النفسية والإعلام أيًا كانت سواء العراقية أو الأمريكية أو الإسرائيلية أو العربية.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة تناولت موضوع الإعلام وإعداد الدولة للدفاع وتطبيقًا على حروب ٦٧ و٧٣، وحرب الخليج الثالثة عام ٩٠، ولكن دون التطرق للدور المهم الذي تلعبه العمليات النفسية في إدارة الحروب؛ فمعظم الدراسات ركزت على أسلوب استخدام وسائل الإعلام في إعداد الدولة للحرب بمحاورها المختلفة، وركزت على أسلوب استخدام وسائل الإعلام في المرحلة التي سبقت الحرب أو خلالها. وهناك العديد من أبحاث الزمالة بكلية الدفاع الوطني والحرب تناولت بعض جوانب البحث بالدراسة ومنها:

أ - بحث الزمالة للباحث (أمين حسني) عن المفهوم الشامل للعمليات النفسية، وعلاقاتها بالمخابرات الإستراتيجية، والتخطيط لها على المستوى الإستراتيجي. الصادر عن كلية الحرب (الدورة ١٠ عام ٨٦)، ولكنه لم يتطرق لدور الإعلام بوسائله المختلفة في إدارة العمليات النفسية.

ب- بحث الزمالة للباحث (محمد أحمد فرغلي) عن دور الإعلام العسكري في إعداد الدولة للدفاع. الصادر عن كلية الدفاع الوطني (الدورة ١٥ عام ٨٧)، وركز

الباحث على دور الإعلام العسكري فقط.

ج - بحث الزمالة للباحث (أحمد السيسي) عن العمليات النفسية ودورها في حرب الخليج الثانية. الصادر عن كلية الدفاع الوطني عام ٩٦، ويتعرض الباحث فيه للعمليات النفسية ودورها في حرب الخليج الثانية من الجانب العراقي، ومن جانب قوات التحالف، ولكنه لم يتناول أنسب الطرق لتوظيف وسائل الإعلام العسكري في إدارة العمليات النفسية.

د - بحث الزمالة للباحثة (أميمة إبراهيم حسن) عن دور الإعلام العسكري في إطار المنظومة الشاملة للإعلام لدعم الأمن القومي المصري. الصادر عن كلية الدفاع الوطني عام ٢٠٠٠. وأبرزت فيه الباحثة أهمية دور الإعلام العسكري ووسائله في دعم الأمن القومي المصري وإستراتيجية الإعلام العسكري ومقترحات تطويره.

هـ- بحث الزمالة للباحث (مسعد أبو ليلة) عن التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات وانعكاسه على الإعلام العسكري في إطار منظومة الإعلام المصري. الصادر عن كلية الدفاع الوطنى (الدورة ٣٠ عام ٢٠٠١)، وأوضح الباحث مدى استفادة الإعلام العسكري من التطور الذي شهده الإعلام المصري.

و - بحث الزمالة للباحثة (هالة توفيق الطلحاوي) عن العمليات النفسية والإعلام العسكري فى إعداد الدولة للدفاع. الصادر عن كلية الدفاع الوطني عام ٢٠٠٤، حيث عرضت أهمية العمليات النفسية والإعلام العسكري ودورهما في إعداد الدولة للدفاع - أي قبل الحرب - وركزت فيها على الإعلام العسكري دون بقية وسائل الإعلام.

ز - بحث الزمالة للباحثة (ممدوح سيد شعبان) عن دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع. الصادر عن كلية الدفاع الوطني عام ٢٠٠٤، وعرض فيه الباحث أهمية الدور الإعلامي في الحروب كمنافس قوي لنظم التسليح التكتيكية المختلفة وتحوله للقوة السادسة للدولة ضمن حسابات القوى الشاملة لها، وأغفل تماما دور العمليات النفسية.

كما أن هناك بعض رسائل الدكتوراه التي تعرضت لموضوع البحث من أهمها:

١ - رسالة الدكتوراه الخاصة بالدكتورة (ميرفت الطرابيشي) (كلية الإعلام ـ جامعة

القاهرة) والتي تحدثت فيها عن دراسة مقارنة للدور الإعلامي للصحافة المصرية اليومية خلال حربي يونيو ١٩٦٧، وأكتوبر ١٩٧٣.

٢- رسالة الدكتوراه المقدمة من اللواء أ ح (سمير سعيد فرج) عن «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع» الصادرة عن أكاديمية ناصر العسكرية العليا عام ١٩٩٨، والتي أوضح الباحث من خلالها دور الإعلام بوسائله المختلفة في إعداد الدولة للدفاع، وذلك فى مختلف الجوانب العسكرية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وقد أكدت المتغيرات الدولية التي شهدها النظام العالمي في الأعوام التالية - وتحديدًا منذ عام ١٩٩٠ (حرب تحرير الكويت) - أهمية ما انتهت إليه الرسالة من ضرورة الاهتمام بالإعلام في إعداد الدولة للدفاع.

٣- رسالة الدكتوراه المقدمة من الباحثة (آمال كمال طه) بعنوان «صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات» دراسة مقارنة صادرة عن قسم الصحافة بكلية الإعلام عام ٢٠٠١، وهي اهتمت بمقارنة صورة العراق فى التغطية الصحفية والغربية للأزمات العراقية الدولية خلال التسعينات في صحف: الأهرام المصرية، والقبس الكويتية، و«إنترناشيونال هيرالدتربيون» الأمريكية، و«صنداي تايمز» البريطانية بهدف مقارنة مواقف صحف الدراسة بتوجهات الموقف الرسمى والسياسة الخارجية في الدولة التي تصدر فيها كل صحيفة -دون تناول العامل النفسي- في حرب العراق تحديدًا.

٤- رسالة الماجستير المقدمة من الباحث «محمود عبد الفتاح» بعنوان «دور وسائل الإعلام كأداة في الصراع دراسة تطبيقية على حرب الخليج» الصادرة عن كلية الإعلام جامعة القاهرة عام ٩٧، وتتناول أهمية وسائل الإعلام فى إدارة الصراع وتطبيقها على حرب الخليج دون الربط بين الإعلام والعمليات النفسية.

الجديد في البحث:

أ- مما لا يدع مجالا للشك أن الإعلام يلعب دورًا مهمًا وحيويًا على مستوى الدولة من خلال انتشارها محليًا وإقليميًا وعالميًا، أي أن الإعلام يستطيع الآن من خلال منظومة

متكاملة وباستخدام كل الوسائل والتكنولوجيا المتطورة لوسائل الاتصال والمعلومات أن يؤثر في المفاهيم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية على المستويين الوطني والقومي، وأن يقنع الرأي العام العالمي والإقليمي أو المحلي بمشروعية قضية أو حدث بهدف كسب التأييد. كما أن العمليات النفسية يمكن توظيفها لخدمة غايات وأهداف معينة سواء سياسيًا أو اقتصاديًا أو عسكريًا وعلى المديين البعيد والمتوسط.

ب- يعتبر الإعلام من أهم وسائل العمليات النفسية والأداة الرئيسية في عملية الاتصال، والتي يتم بواسطتها أو من خلالها نقل وتوصيل رسائل الحملات النفسية... فلقد أصبحت وسائل الاتصال تلعب دورًا مؤثرًا وبارزًا في ظل التطور العلمي والتكنولوجي من خلال كافة أشكالها وأنواعها وإمكانية توفرها واستقبالها ووقت وقوع الحدث، مثلما شهدته حرب الخليج الثالثة من استخدام كافة هذه الوسائل بتعقيداتها، وكان يتم بث العمليات العسكرية وقت نشوبها حتى أنها وصلت لعرض أنواع من الذخائر المتقدمة لحظة إصابتها المباشرة لهدف حتى ولو كان صغيرًا، وتحليل أساليب استخدام وسائل الإعلام المختلفة والعمليات النفسية في الحروب المعاصرة (الخليج الثالثة - حرب لبنان).

ج- والجديد هو الربط بين الإعلام والعمليات النفسية لما لهما من تأثير خطير وقوي في تغيير مجريات الأمور، وتوظيف جميع وسائل الإعلام لخدمة العمليات النفسية، ووضع تخطيط ورؤية مستقبلية وإستراتيجية نفسية وإعلامية تستوعب المتغيرات العالمية الإقليمية والمحلية لمواجهة التهديدات التي تواجه الأمن القومي المصري.

الصعوبات التي واجهت الباحث:

أ- التطور السريع والمتلاحق بالمنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط، ويظهر هذا جليًا خاصة في الصراع العربي / الإسرائيلي، وخداع إسرائيل وأمريكا للرأي العام العالمي، وما تعرض له الشعب العراقي من عمليات نفسية تستهدف فرض الهيمنة والسيطرة على مجريات الأمور؛ ولتثبت أن أمريكا هي المنقذ الوحيد للشعب العراقي، وكذلك ما تنشره إسرائيل وتذيعه بأنها استطاعت الانتصار على حزب الله، وما تجريه من

عمليات نفسية لبث الخوف والقلق في نفوس اللبنانيين.

ب- عدم وجود دراسات سابقة تتعرض للمتغيرات العالمية التي شهدها النظام الدولي، وعدم وجود دراسات تربط بين الإعلام والعمليات النفسية وتأثيرها على الحروب المختلفة.

ج- التطور التكنولوجي الهائل الذي نشهده كل يوم -بل لا نبالغ إذا قلنا كل دقيقة- فالعالم أصبح قرية صغيرة؛ ولم يعد هناك فرصة لأي دولة للانغلاق وكتم الحقائق -مهما كانت- عن شعبها؛ فلقد أصبحت التكنولوجيا عصب العملية الإعلامية بمختلف وسائلها المقروءة والمسموعة والمرئية.. وتحتاج كل وسيلة لتحديث إمكاناتها لتواكب التطور التكنولوجي الهائل.

د- أن البحث يتطلب من الباحث وضع رؤية مستقبلية لمواجهة الإعلام المعادي في ظل المتغيرات الدولية المتلاحقة والمتوقعة، وهو ما تطلب من الباحث البحث والاطلاع على كل ما هو جديد من الأبحاث والرسائل العلمية والمراجع والكتب المتعلقة بموضوع البحث من أجل وضع أسس علمية لتخطيط مستقبلي يقوم على أساس واقعي مدروس، يمكن تنفيذه في ضوء الإمكانيات المتاحة والمتيسرة وليس بعيدًا عن الواقع.

مشتملات البحث:

تم تناول البحث من خلال مقدمة وثلاثة فصول وخلاصة عامة وتوصيات كالآتي:

* المقدمة.

* **الفصل الأول: «الإعلام والعمليات النفسية»**، يبحث في التعاريف المختلفة للإعلام ووظائفه المعاصرة وشروط الإعلام الناجح، وكذلك نشأة وتطور العمليات النفسية والتعاريف المختلفة لها، والفرق بينها وبين الحرب النفسية، وأشهر قادة العمليات النفسية عبر التاريخ، مثل: الرسول ﷺ، وهولاكو، وجنكيزخان، كما تناول الطرق المختلفة للعمليات النفسية، ومن أشهرها: الإعلام والدعاية، والدعاية المضادة والخداع والشائعات.

ويتكون هذا الفصل من ثلاث مباحث كالآتي:

المبحث الأول: مفاهيم الإعلام ووظائفه.

المبحث الثاني: المفاهيم المختلفة للعمليات النفسية.

المبحث الثالث: طرق العمليات النفسية.

خلاصة الفصل الأول.

* **الفصل الثاني:** «دور الإعلام والعمليات النفسية في إدارة الصراع» ويتناول دور الإعلام والعمليات النفسية خلال المراحل المختلفة بدءًا من المرحلة التحضيرية للحرب، ومرحلة إدارة العملية، ومرحلة ما بعد الحرب، كما يتطرق للعوامل التي أثرت على العمليات النفسية، وكذلك أهم الدروس المستفادة من العمليات النفسية التي شهدناها في حربي الخليج الثالثة، وحرب لبنان، وأنسب طرق احتواء العمليات النفسية المعادية.

ويتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث كالآتي:

المبحث الرابع: دورالإعلام والعمليات النفسية في حرب العراق.

المبحث الخامس: دورالإعلام و العمليات النفسية في حرب لبنان.

المبحث السادس: الدروس المستفادة من حربي العراق ولبنان.

خلاصة الفصل الثاني.

* **الفصل الثالث:** «الإستراتيجية الإعلامية والنفسية المقترحة في إطار تفعيل دورها للمواجهة في الحروب المعاصرة»، ويتناول الأهمية القصوى للتخطيط لحملات الإعلام والعمليات النفسية المعادية من أجل التعريف بأهمية إعداد الدولة لكل أشكال الصراع المسلح مع الالتزام بالأهداف القومية للدولة، وضرورة وضع إستراتيجية محددة الأهداف، وتحقيق التوازن في العمل الإعلامي بين المجالات الإعلامية والثقافية والتعليمية والترويحية، مع التركيز على القضايا القومية وتعميق التمسك بالقيم الدينية، كما يتناول أهم المحددات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والإعلام. ويتم معالجة هذه الموضوعات من خلال ثلاثة مباحث كالآتي:

المبحث السابـــع: أهداف ومحددات الإستراتيجية في المجالين الإعلامي والنفسي.

المبحث الثامـــن : الركائز والإستراتيجية الإعلامية المقترحة.

المبحـــث التاســع: الإســتراتيجية المقترحــة لتفعيــل العمليــات النفــسية في الحــروب المعاصرة.

خلاصة الفصل الثالث.

* الخلاصة العامة.
* المقترحات والتوصيات.
* الملاحـــق.
* الكروكيات.
* الخرائط.
* المصادر والمراجع.

والله ولي التوفيق

سامية أبو النصر

* * *

الفصل الأول

الإعلام والعمليات النفسية

المبحث الأول:

مفاهيم الإعلام ووظائفه.

المبحث الثاني:

العمليات النفسية وتأثيرها على الإعلام.

المبحث الثالث:

طرق وأساليب العمليات النفسية.

* * *

الفصل الأول
الإعلام والعمليات النفسية

احتلت وسائل الإعلام في الآونة الأخيرة موقعا مهمًّا بين المقاييس التي تشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العالم، وإلى مدى الديمقراطية في هذا المجتمع، وأثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي، وكذلك في نطاق علم السياسة أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تلعب أدوارًا أساسية على الصعيد السياسي من خلال ما تقدمه من مواد اتصالية، وفي عملية صنع القرار السياسي؛ إذ تتعدد الأدوار التي تقوم بها في الحياة السياسية المعاصرة؛ فوسائل الإعلام تتدخل في تشكيل ومفاهيم الناس وتصوراتهم للحقيقة في كافة مسالك الحياة.

كما أنها تقوم بتزويد وعي الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمعات المحلية والدولية، ولا شك أن المجتمعات المعاصرة أصبحت تعتمد اعتمادًا يكاد يكون كليًّا على وسائل الاتصال الجماهيري في نقل الرسائل الاتصالية التي يراد توصيلها للجماهير، ويقوم بهذا الدور مؤسسات حكومية وغير حكومية مستعينة بأجهزة متطورة على رأسها الصحافة والإذاعة والتليفزيون وأفلام السينما.

كما أن العمليات النفسية أصبحت فنًّا وعلمًا تلجأ إليه الدول والمؤسسات والمنظمات على كافة أنواعها ومستوياتها لإقناع وفرض الإرادة على الجمهور المستهدف، وبالتالي لم يعد مقصورًا على قوى معينة أو هدف أو زمن محدد.

وقد أصبحت العمليات النفسية منذ بدايات القرن الماضي قوى مهمة وسلاحًا رئيسيًّا ذا تأثير جاد وبارز على تطور نتائج الحروب والأزمات بكافة أنواعها ومستوياتها؛ عالمية، وإقليمية، واقتصادية، وسياسية، واجتماعية، ومحلية، حيث تطورت أساليبها ووسائلها، واتسعت رقعة انتشارها، ولم تعد تشن فقط على الخصم وفي ساحة القتال، بل امتدت للدول الصديقة والحليفة والمحايدة وقت السلم والصراع، وتصاعد الأزمات، وعلى كافة المستويات السياسية والاقتصادية، وأخطرها الاجتماعية والنفسية. من هنا تأتي أهمية الربط بين الإعلام والعمليات النفسية.

* * *

المبحث الأول

مفاهيم الإعلام ووظائفه

مفهوم الإعلام:

أ- أصبح الإعلام من العلوم الحديثة، وله قواعد وأصول وفلسفة ونظرية، وأصبح في الآونة الأخيرة علمًا مستقلًا بذاته وليس تابعًا. يعرف الإعلام بأنه: «كافة أوجه الأنشطة الخاصة التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات المثارة والمطروحة»[1].

ب- ومن وجهة النظر التاريخية، فإن الدراسات الإعلامية وجدت صعوبة شديدة في محاولة وضع مفاهيم وتعريفات أساسية له، خاصة أنه بدأت تبرز بعض المسميات منذ الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨)، وأخذت في التزايد، خاصة خلال فترة الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥)، ثم تطورت هذه المسميات حتى يومنا هذا، ومن أبرزها (الإعلام - الاتصال بالجماهير - الاتصال التقليدي - الدعاية - النشاط الدعائي - الإعلام الدولي) هذا بخلاف مصطلحات الإعلام والعلاقات العامة والرأي العام، وهي مصطلحات متداولة منذ فترة ليست بقصيرة[2].

ج - كانت أواخر الستينات - من القرن العشرين - هي فترة بدء تعاظم التطور في مجال الاتصال والإعلام، حيث زاد الاهتمام بعلوم المعلومات، ونظريات الإعلام، ونظم الاتصال ووسائله، وظهرت مجالات جديدة، مثل: الاتصال بين المنظمات والجماعات، والاتصال السياسي، والاتصال العالمي، ومع تطور الأحداث ظهرت نظريات جديدة في الاتصال بحيث أصبحت أكثر ترابطًا وتكاملًا، ومن أمثلة هذه النماذج نموذج (روجرز وكنكيد) Rogers and Kincaid ، حيث ركزا على أهمية المعلومات، كما وصفا الاتصال

---

(١) سمير محمد حسين: «الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام»، عالم الكتاب، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٢٢.

(٢) سمير فرج: «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع»، رسالة دكتوراه غير منشورة، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة ١٩٩٨، ص ٣.

بأنه: «العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا بذلك إلى فهم مشترك»[1].

د - وفي الربع الأخير من القرن العشرين - السبعينات - بدأ يحدث العديد من التغيرات الجذرية لفهم الاتصال والإعلام، وبدأت تسود صيغة «المصدر - الرسالة - المستقبل» وبدأ يحدث تحول في المفهوم الذي يرتكز على المرسل إلى فكرة أخرى يكون محورها المستقبل والمعنى[2].

تعاريف الإعلام عند بعض المفكرين:

اختلف المفكرون في وضع تعريف دقيق لمفهوم الإعلام، كما اختلفت الدول - حسب أنظمة الحكم بها - في فهم الإعلام وتفسيره طبقًا لفلسفة المجتمع، ونظرته لمختلف الشئون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والإعلام مثل الأشكال الأخرى للاتصال، ويقصد بالإعلام: «نقل الأخبار والمعلومات الجديدة التي تهم الجمهور في وقت معين، فإذا لم يكن الخبر مكتملًا بعناصره الفنية من حيث الدقة والأهمية، فإنه يفقد قيمته الإعلامية»[3].

تعاريف الإعلام عند علماء المدرسة الغربية:

أ - وارين وإدوين وأولت "Warren and Edwin and Ault":

إن الإعلام: «هو عملية إلقاء أو نقل المعلومات والأفكار والتوجهات لجمهور كبير ومتنوع، وذلك عبر وسائل متطورة لهذا الغرض، والإعلام فن أصعب بكثير من المناقشات التي تدور وجهًا لوجه؛ فالإعلام وسيلة تنقل الرسائل الإعلامية الكبيرة من خلالها لجمهور كبير العدد ومجهول الهوية، متنوع الأجناس والأعراق»[4]. وهذا المفهوم يعني أن الإعلام هو فن نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لآخرين.

ب - ولبور شرام "Wilbur Schram":

إن الإعلام: «يقوم بإحداث التغيير في المجتمع، وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة، فيجعل كل إقليم ملمًا بشئون الأقاليم الأخرى من فنون وتقاليد وعادات، ويجعل القادة

---

(1) Everett M. Rogers and D.Lawrence Kincaid, communicotine Networks, copyright 1981, the fress, A Division of Macmillonco I.N.C Newyork,1981, pp 81-83.

(٢) محمد عبد الحميد: «نظريات الإعلام واتجاهات التأثير»، عالم الكتاب، القاهرة ١٩٩٧، ص ٢٠.

(٣) سمير فرج، مرجع سبق ذكره، ص٥.

(4) Warren Agee, Edwin Emery and Philip Ault, Introduction To mass communication, Haper and Row publisher Newyork, 1985 P.19.

الوطنيين يحدثون الشعب، كما يجعل الأهداف والمنجزات الوطنية ماثلة في أذهان العامة»[1]. وهذا المفهوم وسع قاعدة تعريف الإعلام ليشمل المستوى الوطني، بحيث يجعل الأمة الواحدة بتقاليدها وعاداتها تتجه نحو فكر واحد من أجل توثيق وتقوية وحدتها.

ج - وليام ريفرز "William Rivers":

إن الإعلام: «يشتمل كل طرق التعبير التي تصلح للتفاعل، أي أنه شكل من أشكال التفاعل الذي يفضل استعمال الرموز، وهذه الرموز قد تكون على شكل إشارات، أو حركات، أو رسوم، أو نحت، أو كلمات، أو أي رمز آخر يمكن أن يدفع إلى سلوك، ولم يكن هذا السلوك ليباشر بالرمز وحده بعيدًا عن الظروف المحيطة بالشخص المستجيب أو المتلقي»[2].

د - أوتوجروث "Ottogrroth":

الإعلام هو: «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في شتى الأزمان... فالإعلام بتعبير موضوعي وليس ذاتيًا من جانب الإعلامي؛ سواء كان صحفيًّا أو مذيعًا» [3].

تعاريف الإعلام عند كتاب المدرسة العربية:

أ - الدكتور سمير حسين:

إن الإعلام هو: «كل أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق، والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات، ومجريات الأمور بطريقة موضوعية ودون تحريف، بما يؤدي إلى إيجاد أكبر قدر من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكل الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحفية عن هذه القضايا، وبما يسهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة»[4].

---

(1) Wilbur, Schram The Process and Effect of Mass Communication urbana, Chicago, University of Illionois press, 1971,P.9

(2) William Rivers, mass Media and Modern society, London, Delhi, universal Book, 1966, PP 104 - 105.

(٣) عزيزة عبده : الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات - دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٤، ص٤٨.

(٤) سمير محمد حسين: «الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام»، مرجع سبق ذكره، ص ٢٢.

ب - الدكتور عبد العزيز شرف:

إن الإعلام: «شكل من أشكال الاتصال بـالجماهير، التـي تـضم الدعايـة والإعـلان والتعليم والعلاقات العامة والإقناع الفني، إلى جانب الإعـلام؛ وللإعـلام عـدة وسـائل يصل من خلالها إلى الجمهور، ومنها: الصحافة، والمطبوعـات، والإذاعـة، والتليفزيـون، والسينما، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها ومميزاتها».

ج - الدكتور إبراهيم إمام:

إن الإعلام «يقتصر على التعبير عن ظاهرة الاتـصال بـالجماهير، بمعنـى أن الإعـلام يخاطب العقول لا الغرائز، كما يقوم عـلى التقريـر والتنقيـب ونـشر الأخبـار والمعلومـات الصادقة، التي تناسب عقول الناس، وترفع مـن مـستواهم، وتنـشد تعـاونهم مـن أجـل المصلحة العامة»[1].

ترى الباحثة ومن خلال تعاريف الإعلام عبر المدارس المختلفـة أن الإعـلام حقـائق ثابتة يتم تزويد الجماهير بها، وكـذلك تزويـدهم بالمعلومـات الدقيقـة التـي تـساعدهم في تكوين آرائهم والتعبير عن عقلياتهم وثقافتهم واتجاهاتهم وميولهم، وهنا تتضح الغاية من الإعلام؛ ألَا وهي الإقناع وتوجيه الرأي العام عن طريق إطلاعه على الأمور المهمة التـي تمس حياة الجماهـير العريـضة بعـد تفـسيرها وتحليلهـا بأمانـة وصـدق، ودون انحـراف أو تحيز، وبعيدًا عن الميـول والأهـواء، وقـد اتفـق المفكـرون الغربيـون والعـرب عـلى أن الإعلام هو: العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالًا واسعًا بأبنـاء جنـسه، كـما اتفقـوا على أهمية أن يتمتع الإعلام بالصدق ونقل المعلومـات الـصحيحة، حتـى يكـون إعلامـا مقنعًا، كما أنه يعد النواة لخلق رأي عام؛ سواء على الـصعيد الـداخلي المحـلي، أو الـصعيد الخارجي الإقليمي العربي، هذا بالإضافة لدوره التثقيفي.

وظائف الإعلام:

أ - الواقع أن هناك اختلافًا بين الباحثين في هذا المجـال حـول وظـائف الإعـلام في المجتمع، وذلك في ضوء التطور الهائل لوسائل الإعلام بكافـة أنواعهـا، ويـشبه الـدكتور إبراهيم إمام تدفق الإعلام في المجتمع بتدفق الدم في الشرايين، فعندما يتوقـف الإعـلام، يجف الدم في شرايين المجتمع، بمعنى أن للإعلام دورًا رئيسيًّا في دفع عمليـة التنميـة، وفي

(١) إبراهيم إمام «العلاقات العامة والمجتمع» الأنجلو المصرية ط٢، القاهرة ٦٨، ص ص ٢٣١ - ٢٤٠.

نشر الأفكار العصرية، والمعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة، وخلق الشخصية الجديدة [1].

وظائف الإعلام من وجهة نظر بعض المدارس:

أ - المدرسة الوضعية [2]:

ترى أن وظائف الإعلام هي: توصيل الخبر إلى الناس، والترفيه عنهم وتثقيفهم، وأداء بعض الخدمات لهم. وحين ترتقي هذه الوسائل يكون من بين وظائفها إدارة الرأي العام حول القضايا المهمة، وعندما تبلغ مكانة مرموقة يكون أهم وظائفها تحقيق الشرعية العليا، وترسيخ قيم المجتمع، ودفع ألوان الغزو الفكري عنه.

ب - المدرسة الليبرالية [3]:

يعتمد عليها الإعلام الغربي، ويرى أصحاب هذه المدرسة أن للإعلام وظيفتين في المجتمعات الليبرالية؛ الوظيفة الأولى هي: الإعلام، والثانية هي: الترفيه، ثم ظهرت وظيفة ثالثة وهي: الإعلان.

كما ترى النظرية الليبرالية أن للإعلام ست وظائف اجتماعية هي: «التنوير العام - خدمة النظام الاقتصادي - خدمة النظام السياسي - المحافظة على الحقوق المدنية - الحصول على الربح - توفير الترفيه»، وتؤكد هذه النظرية أنه لا توجد وسيلة واحدة مسئولة عن كل تلك الوظائف، ولكنها مسئولية جميع وسائل الإعلام.

ج - المدرسة الاشتراكية:

تشكل الفلسفة الماركسية الإطار الفكري للإعلام في هذه المدرسة، وهناك نظريتان في هذا الإطار [4]:

١ - النظرية الشيوعية: وهي أقرب إلى الصورة التقليدية للإعلام، والتي تهتم بالوظيفة الإعلامية أكثر من اهتمامها بمدى صدقها.

---

(١) عبد اللطيف حمزة: «أزمة الضمير الصحفي»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٠، ص ٦.

(٢) علي جريشة: «نحو إعلام إسلامي»، مكتبة وهبة، القاهرة ١٩٨٩، ص ٣٦.

(٣) وليام. ل ريفرز وتيودور بترسون: «وسائل الإعلام والمجتمع الحديث»، ترجمة الدكتور إبراهيم إمام، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٧٥، ص ٩٣.

(٤) سمير فرج: «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع»، مرجع سبق ذكره، ص ٢٤.

٢- **النظرية التسلطية**: التي تقوم على أساس النظام السياسي الذي يسيطر سيطرة مركزية على كل أمور الدولة، والذي يقوم على وضع المجتمع في قالب أيديولوجي معين دون أن يقدم له هامشا من حرية الاختيار.

وتقوم هاتان النظريتان على أساس فرض الممارسات السياسية على الإعلام من خلال التدخل في حريته، وتحريض وتنظيم الجماهير، وفي مقدمتهم العمال والفلاحون، وأن إدارة الإعلام هي القادرة على التأثير في الجماهير.

مفهوم الباحثة لوظائف الإعلام في ضوء المدارس السابقة:

في ضوء النظريات والمدارس السابقة، نرى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن قضايا ومشكلات المجتمع، وأن الإعلام يقوم -بصفة أساسية- بدور التنوير الثقافي وخدمة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، إضافة إلى مهمة الترفيه وتحقيق الربح، ويجب أن تطلق الحرية للإعلام في ممارسة دوره بعيدًا عن أي قيود من النظم الحاكمة.

ومن ثم فإن المفاهيم الأساسية للإعلام هي: تثقيف وتغيير إدراك، وتهيئة الرأي العام، وتعديل سلوك واتجاهات، ومخاطبة الجماهير بكافة أنواعهم ومستوياتهم.

الدور الوظيفي للإعلام[١]:

١- **إشباع رغبة الجمهور في التعلم**: وهو من الوظائف المهمة التي تقع على عاتق الإعلام من خلال وسائله المختلفة، ويؤكد على ذلك ليبين أن وسائل الإعلام هي: مصدر رئيسي للمعرفة يزود الناس بالمعلومات عن عالم الشئون العامة.

٢- **تعبئة الجماهير وإلهامها بالفكر والمباديء وروح العمل الجماعي[٢]**:

وهو الأمر الذي يدفع بالمجتمع الإنساني نحو التطور والإبداع، وخاصة من خلال جمهور المثقفين بما لهم من شخصية وإرادة واتجاهات ومواقف اجتماعية.

٣- **دفع ودعم التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية:**

فقد توصل «إيفرت روجرز» في دراساته وأبحاثه التي أجراها عام ١٩٦٢، ١٩٧٣، ١٩٧٦ إلى أن وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغيير في

---

(١) سمير فرج، مرجع سابق ذكره، ص٢٢.

(٢) عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام، مرجع سابق ذكره، ص٦٣.

المجتمع، كما أنها يمكن أن تقوم بمهمة كبيرة عند إحداث التنمية، وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات [1].

٤- التنمية السياسية:

من خلال إفراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الإعلامية للتثقيف السياسي، والتنشئة السياسية، والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي الإقليمي والعالمي [2] كذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية في إطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الإعلامي وبنيان المجتمع، وتطوره من خلال تعميق الشعور بالمسئولية لدى الأفراد والجماعات، وتجسيد أهمية تواجدهم على الساحة السياسية حرصًا على المشاركة في صنع القرار السياسي، وتحقيقًا للتلاحم بين الحكام والمحكومين.

٥- التوعية الوطنية:

قيام الإعلام بدور يعتد به [3] في تعميق روح الانتماء وإذكاء مشاعر الانتماء الوطني والإيمان بوحدة الأمة ورسالتها الحضارية.

٦- إحداث التحول وتغيير الاتجاهات:

وذلك يعني أن محاولات الإقناع المتتالية من أجل تغيير الاتجاهات من المهام الإعلامية البارزة التي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها عند اللزوم، من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة عن طريق تحقيق الانفتاح بين القادة والشعب وترسيخ القيم الأصيلة الطيبة وتهذيبها وصقلها، ومحاربة المفاهيم والمعتقدات العقيمة الضارة ورفضها ونقل الأفكار والمعلومات وتوصيلها بالشكل المناسب والوسيلة المناسبة (صحافة - إذاعة - تليفزيون) كي تتحقق من خلالها الاستجابة المرجوة.

٧- التنشئة والتوعية الاجتماعية للفرد:

يقوم الإعلام بدور كبير في عملية التربية الفكرية السليمة للأفراد وتدريبهم العقلي على إصدار الأحكام السليمة، من خلال عرض مواقف مماثلة تستلهم حلولًا مثالية،

---

(١) المرجع السابق، ص ٦٤.

(٢) محيي الدين عبد الحليم: «الاتصال بالجماهير والرأي العام والأصول والفنون» القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٣ ص٢٣.

(٣) محمد علي العويني، الإعلام السياسي العربي المعاصر (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥)، ص٢٥.

فتستدعي دائمًا نشاطهم الذهني على هذا النحو الجيد من التفكير العقلي، وكذلك التنشئة الاجتماعية الصحيحة للأفراد، من خلال إرساء قيم ومُثُل تعمل هذه الوسائل الإعلامية على تسكينها بعقلية الفرد.. الأمر الذي يحقق تنمية الإنسان، فتثري تجاربه وتنمي خبراته. وتهيئته فكريًا ونفسيًا وإيجابيًا للتفاعل والمشاركة في بناء مجتمعه دون الإحساس بالملل.

٨- دفع التطور الإنساني وتنمية الأمم:

الإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع يؤدي دورًا كبيرًا في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمله من قيم مختلفة: علمية وعملية تعمل على توصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير، والنفاذ بذلك إلى العقل والوجدان العام والتأثير فيه [١]؛ فالإنسان هو محور الرسالة الإعلامية في كل زمان ومكان، ومن خلال هذه الوسائل الإعلامية جاء الاهتمام في المجتمعات النامية بتطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة، ومن التبعية إلى التقدمية، ومن التواكل إلى الإقدام، ومن الخوف إلى المغامرة. ولقد ذهب فردريك هاربيسون إلى أن تقدم أي أمة يتوقف أولًا وأساسًا على تقدم أفرادها. وما لم تهتم الأمم بتنمية معنويات وقدرات أفرادها فلن تتقدم كثيرًا ماديًا أو اقتصاديًا أو ثقافيًا؛ لذلك فالمشكلة الأساسية لأغلب الدول النامية ليست فقر الموارد الطبيعية، ولكن إهمال تنمية الموارد البشرية أي رأسمالها البشري [٢].

٩ - صياغة المجتمعات:

حتى يبرز المجتمع الجماهيري كقوة لها وزنها في تسيير الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وحيث تلعب وسائل الإعلام الجماهيري دورها في صياغة هذه المجتمعات، وبلورة قيمها واتجاهاتها وأيديلوجيتها، وإذا كان هذا هو دور وسائل الإعلام في الدول المتقدمة، فإن أهمية الإعلام تزداد وضوحًا في الدول النامية التي تعمل جاهدة على تسخير كافة مواردها لدفع عجلة التنمية بما يمكنها من اللحاق في وقت قصير بركب الدول المتقدمة.

١٠- خلق رأي عام:

وذلك بعرض كافة الحقائق الثابتة أمام الجمهور، وإمداده بكافة المعلومات والأخبار

---

(١) السياسة الإعلامية دراسات وتوصيات الجزء الأول (سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة)، (٢٩)، ص٩.

(٢) أحمد النكلاوي: «المدخل السيولوجي للإعلام» مكتبة نهضة الشرق: القاهرة ١٩٧٤، ص ١٨٣.

الصحيحة والدقيقة التي تساعده على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث التي يعايشها أو في موضوع بعينه.. فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الجمهور، وبالتالي قدرته على تكوين رأي عام صائب.

١١- خلق الشخصية الإيجابية: وهي تلك الشخصية النشطة في التفاعل الإنساني والتي تتقبل بسهولة تفهم حضارات الأمم الأخرى وتعمل على اللحاق بركب التطور في مرونة ورغبة صادقة.

١٢- نقل حضارات الأمم الأخرى: من خلال التكنولوجية المبهرة القائمة على الصوت والصورة والحركة السريعة في نقل كافة مشاهد التطور والإنجاز في مختلف المجالات.. وهذا يعني الانفتاح على الأمم، وهو الأمر الذي يسحب معه الشعوب الراكدة والأمم المتخلفة إلى ركب الحضارة.

١٣- دعم القيم الروحية والأيديولوجية:

في إطار تعبئة الجماهير وإلهامها بالمثل والأفكار والمبادئ وروح العمل الجماعي وتغذية العقل والوجدان بالمبادئ الروحية التي تنزع بالإنسان إلى الاستقامة والجد وحب الدين.

١٤- الضبط الاجتماعي [١]:

يرى جوزيف كلابر أن عملية الضبط الاجتماعي هي نفسها اصطلاح: «هندسة الرضا»، أما بول لازرسفيلد وروبرت ميرتون فهما من العلماء الذين أكدوا أن الإرغام قد أخذ يتوارى ليحل محله الإقناع الحاذق عن طريق وسائل الإعلام، ولقد أضافت وسائل الإعلام السرعة والشمول والانتشار إلى الدور التقليدي للاتصالات، ولذلك فإنه ينظر إلى وسائل الإعلام أحيانًا على أنها تغلف الإنسان الحديث بنوع من الواقع البديل.. ومن ناحية أخرى ينظر إلى أجهزة الإعلام عمومًا باعتبارها إحدى الوسائل التي تمارس عن طريقها المؤسسات الحاكمة الضبط الاجتماعي [٢].

---

(١) المرجع السابق، ص٧٠.

(٢) عزيز عبده، مرجع سبق ذكره، ص٦٩.

١٥- خلق الثقـــة:

فوسائل الإعلام بما تتبناه من القيم والتعليمات الأخلاقية والمثل العليـا، وبـما تنتهجـه من بث لقواعد التنشئة الاجتماعية للأفراد تتمكن من غرس عادات صالحة تنزع بـالأفراد إلى المشاركة والايجابية والطموح الفاعل وتولد الثقة في النفس وفي الآخـرين، كـأن تخلـق الثقة بين الحاكم و أفراد الشعب.

١٦- التحديـــث Modernization:

من خلال المساهمة في إيجاد بنيات تلاحق التطور وتستجيب له، بالإضافة إلى التطـور في القيم والمعتقدات، ويرتبط التحديث ببناء الأمـة Nation building كهـدف للـسياسة العامة. هذا البناء جزء من عملية التغير للوصول للمجتمـع الحـديث – نجـد أن وسـائل الإعلام تعد محركات movers للتنمية، بالإضـافة لمـساهمتها في تعميـق الـشعور الـوطني والديني [1].

اللغة والإعلام:

تنظر نظرية الإعلام إلى اللغة على اعتبـار أنهـا: نظـام مـن العلاقـات الـصوتية ينـشأ ويتطور، مرتبطا بتـاريخ النـاطقين بهـذه اللغـة، ويـستخدم وسـيلة للتواصـل، ومبـسطا للتفكير، ومجالا للتعبير عن الأفكار والعواطف والمشاعر، والمقصود باسـتخدام اللغـة في التواصل هو: عملية تبادل المعلومـات بـين الأفـراد والجماعـات، ويظهـر هـذا التواصـل اللغوي على شكل عبارات، أو تعبيرات شفهية، أو كتابيـة، تتبادلهـا الأطـراف في موقـف لغرض معين عن واقعة معينة [2].

ينبغي التفرقة بين مصطلحي (اتصال واتصالات):

فكلمة اتصال Communication تمتاز بالتعبير عن الغرضية والتفاعل معـا، بمعنـى أنها تنطوي على معنى القـصد أو التـدبير، وكـذلك تعنـي التفاعـل أو المـشاركة؛ فـاللفظ الأوروبي مشتق من الأصل اللاتيني للفعل Communicane بمعنـى يـذيع أو يـشيع [3].

---

(١) محمد علي العويني: «الإعلام السياسي العربي المعاصر»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، عام ٨٥، ص ٢٥.

(٢) عبد العزيز شرف: «المدخل إلى وسـائل الإعـلام دار الكتـاب المـصري»- بـيروت ١٩٨٩، الطبعـة الثانيـة، ص ٧٢.

(٣) إبراهيم إمام: «الإعلام والاتصال بالجماهير»، مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة ٧٥ ، ص٧٣.

بينما الجمع اتصالات يقصد به الرسائل التكنولوجية المستخدمة لتنفيذ عملية الاتصال؛ فالفرد في رأيه يعني ما يسميه بالعمليات الأولية، أي السلوك الشعوري واللاشعوري الذي يقوم به الاتصال وعنده العمليات الأربع... وهي: «اللغة والإيماء بأوسع المعاني - الكلمة - تقليد السلوك الظاهري للآخرين» وعلينا أن نتبع مقولة الفيلسوف الفرنسي «فولتير» عندما قال: قبل أن أناقش أي شيء معك عليك أن تحدد ألفاظك.

عملية الاتصال بالجماهير:

يعد نموذج شرام (Schram) من أشهر النماذج التي تصور عملية الاتصال بالجماهير، وهناك خمسة عناصر أساسية هي: المصدر المباشر أو المرسل، والثاني هو صياغة الفكرة في رموز معينة، والثالث تفسير هذه الرموز وفهمها.... وعلى هذا الأساس يأتي العنصر الرابع وهو استجابة المستقبل، أما الخامس فيتمثل في الردود أو الأصداء الراجعة من المستقبل إلى المرسل [1].

وسائل الإعلام وقدرة التأثير السياسي:

تقوم بدور حارس البوابة الناقل للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية؛ فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة، وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعوق مسيرة التنمية الأساسية؛ فوسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية أو مرآة للأحداث والصراعات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي، وبدون وجود وسائل الإعلام واتصالها بالجماهير، لا يستطيع أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية [2]، وقد جاءت الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام كما حددها جانوتس Ganowitz على أنها: إضفاء صفة الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد مفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي [3]، أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق، واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، فالإعلام أصبح وظيفة سياسية إقناعية بالدرجة الأولى. وقد أكد ماكومبس ويفير في دراسة قاما بها عام ١٩٧٣ أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الإعلام.

---

(١) المرجع السابق ذكره، ص ٧١.

(٢) عزيز عبده، مرجع سبق ذكره، ص ٧٢.

(٣) المرجع السابق، ص ٧٣.

أنواع وسائل الإعلام:

اختلفت وسائل الإعلام منذ عرفها الإنسان؛ فظهرت الوسائل المقروءة البدائية منذ اخترع يوحنا جوتنبرج المطبعة في القرن الخامس عشر الميلادي، إلى أن تطورت هذه الوسائل، والتي أدت في النهاية إلى الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي، ممثلة في الصحف والراديو والتليفزيون والسينما والإنترنت [1].

يرى «سي راو» أن وسائل الإعلام عامل ميسر للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية، وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تنقلها وسائل الإعلام تزيد مجالات المعرفة، وبهذا يزداد الفهم والإجماع اللازمان لمجتمع أكثر عصرية.

أ - وسائل الإعلام المطبوعة «المقروءة»:

١- تطلق صفة المطبوعة على تلك الوسائل التي تستخدم آلات الطباعة، ويجب أن يكون جمهور هذه الوسائل من المتعلمين أو من المتخصصين في المجالات المختلفة التي تقدمها تلك الوسائل.

٢- تضم هذه الوسائل الصحف الدورية التي يمتد مفهومها ليشمل الجرائد والمجلات التي توزع داخليًا وخارجيًا، والكتاب الذي يضم عددًا من الصفحات المطبوعة داخل غلاف في موضوع واحد، والكتيبات والنشرات الدورية وغير الدورية واللافتات المطبوعة.

٣- في نهاية القرن التاسع عشر، أصبح واضحًا لرواد علم الاجتماع في ذلك الحين أن وسائل الإعلام المطبوعة كالصحف والكتب والمجلات، وكلها واسعة الانتشار في المجتمع، تقوم بإحداث تغييرات مهمة في الأحوال والظروف الإنسانية [2].

ب - وسائل الإعلام المسموعة (الراديو):

يتميز الراديو باتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعي وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير داخليًا وخارجيًا، خاصة في الدول التي تعاني من أزمات

---

(١) سوزان القليني: «وسائل الإعلام النشأة والتطور»، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٣، ص ٨.

(٢) ملفين ل. ديلفيلو ساند رابول - روكيشن: «نظريات وسائل الإعلام» ترجمة كمال عبد الرءوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، القاهرة ١٩٩٢، ص ٥٦.

اقتصادية، ويحظى الراديو بمصداقية عالية جدًا لدى جمهوره وخاصة في الدول النامية حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية [1].

ج - وسائل الإعلام المرئية:

١ - التليفزيون:

يجمع التليفزيون بين الصوت والصورة والحركة والألوان، مما يجعله أكثر جاذبية واستحواذ على انتباه واهتمام المشاهد بطريقة أفضل من غيره من الوسائل الجماهيرية المختلفة، وقد استطاع التليفزيون أن يحول العالم إلى قرية صغيرة تتصل وتتعامل مع بعضها البعض.

٢ - السينما:

صناعة أكثر تكلفة من صناعة التليفزيون، حيث إن صناعة فيلم سينمائي تزيد عشرات المرات عن إنتاج فيلم أو برنامج تليفزيوني، كما أن السينما تتطلب من المشاهد تحمل عناء الانتقال إليها على عكس التليفزيون الذي ينتقل بإمكانياته وبرامجه إلى المشاهد في المنزل، وتنقسم لأفلام سينمائية وروائية وتسجيلية وأفلام الرسوم المتحركة.

٣- الحاسب الآلي والصحافة الإلكترونية:

صنع عام ١٩٤٦ ويستخدمه الإعلاميون اليوم، مما يجعلهم على صلة بكل أنحاء العالم، وبدأ تسويقه عام ١٩٧٥[2]. وأضيف إليها كارت معدني "Modem" مما أتاح للمستخدم إمكانية الحصول على كميات هائلة من المعلومات داخل حاسبه الشخصي.

٤- شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت - NET):

هى وسيلة تواصل إلكترونيًا بين أي شبكة معلومات وأخرى في العالم [3]، وتستطيع أي جهة في أي دولة في العالم بث ما تشاء من معلومات مكتوبة أو منطوقة، أو مصورة عن طريق شبكة الإنترنت.

---

(١) سوزان القليني، وسائل الاعلام النشأة والتطور ، مرجع سبق ذكره ، ص ٧٩ ـ ٨٠.
(٢) فاروق أبو زيد: «انهيار النظام الإعلامي الدولي»، مطابع الأخبار، القاهرة، ١٩٩١م، ص ١٠.
(٣) المرجع السابق، ص ٣٩.

أسس الإعلام [1]:

هناك العديد من الأسس التي تجعل الإعلام مميزًا ومنهـا أنه:

(١) **سريع**: يجب أن يكون قادرا على نقـل الموضـوعات والأحـداث في أسرع وقـت ممكن.

(٢) **منظم**: في اسـتقبال المعلومـات، وفي جمعهـا، وفي بثهـا إذاعيًـا، أو عرضـها تليفزيونيًا؛ أما على المستوى الصحفي؛ فالعملية التنظيمية تـولى جمعهـا وصـياغتها بعـد التأكد من صدق مصدرها وصحتها، ومن ثم توزيعها على الأبواب المتخصـصة في إطـار العملية التحريرية [2].

(٣) **مكثف**: من خلال الحملات الإعلامية المتعددة في آن واحـد بـها يحقـق ويكفـل توجيه الرأي العام.

(٤) **شامل ومشترك**:

لم يعد الإعلام مجرد نقل سياسي، بل إنـه يـشمل جوانـب الحيـاة كلهـا مـن سياسـية واقتصادية واجتماعية وثقافية ودينية وأدبية، ومشترك بمعنى أنه يتوجه لكافة القطاعات، أو الشرائح الجماهيرية، سواء أكان القارئ، أو المشاهد، أو المستمع عاديًا، أو ذا ثقافة.

وترى الباحثة أن من أهم خصائصه أيضًا أن يكون موقوتًا أي في نفس زمـن الحـدث وطبقًا لتطور الأحداث، وموضوعيًا يتـسم بالـشفافية والمـصداقية دون التـدخل مـن أي طرف خارجي خاصة في ظل التطور الهائل والسريع والمتلاحق لوسائل الاتصال.

ب - ومن حيث نتائجه:

لقد وصلت نتائج الإعلام إلى مـستوى مـن الخطـورة يتجـسد في قدرتـه عـلى تغيـير المواقف وتكثيف الرأى العام وتحويل الاتجاهات، كل هذا يجعل الإعلام سلاحًا خطـيرًا، سلبًا وإيجابًا فيجب أن يكون:

- **إعلاميًا**: أي ناقلًا للمعلومات من طرف إلى آخر.
- **فعالًا ومحركًا**: أن يكون محركا للرأي العام.

---

(١) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ٥٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٣.

- جماهيريًّا: نظرًا لاتساع الدور الذي يؤديه على صعيد الرأي العام والوطن الواحد أو العالم كله.

- عنصر تقريب وتوجيه: يقرب بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات.

شروط الإعلام الناجح:

حتى يؤدي الإعلام دوره على أكمل وجه يجب أن تتوفر فيه الشروط الآتية:

أ- أن يكون محايدًا وموضوعيًّا بعيدًا عن التحيز والأهواء دون التأثر بشخصية القائمين عليه، وأن ينتهج التبسيط والشرح والتوضيح للوقائع والحقائق.

ب- ألا يكون خاضعا لأي ضغوط في تمويله وإصداره حتى لا يؤثر ذلك على مضمون رسائله. كأن تكون الصحيفة مثلًا تابعة لهيئة ما أو جهاز له اتجاهات خاصة وسياسات غير معلنة.

ج- أن يتسم بالصدق والدقة والصراحة، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى [(١)].

د - أن تقدم الرسالة الإعلامية في إطار من البساطة والوضوح والبعد عن الغموض والتعقيد تجنبًا لتشويش عقلية الجمهور أو بلبلة أفكارهم.

هـ- إن الجمهور والرأي العام يتأثران به تأثرًا إيجابيًّا كرجع الصدى للرسالة الإعلامية المنوطة باهتمام إحدى وسائل الإعلام تجاه قضية ما في فترة زمنية معينة [(٢)].

و- الوقوف في وجه احتمالات اللبس، أو سوء الفهم لدى الأفراد، وذلك عن طريق تقديم المعلومات الصادقة الواقعية التي تعالج شئونهم وأحوالهم.

ز- التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، أي أنه أداة للتخاطب الجيد الذي يناسب المستويات العقلية على اختلافها، وذلك بالتعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.

---

(١) عزيزة عبده: «الإعلام السياسي والرأي العام»، مرجع سبق ذكره، ص٥٨.

(٢) عبد اللطيف حمزة: «الإعلام تاريخه ومذاهبه»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٨، ص٢٣.

وسائل الاتصال وتكوين الرأي العام:

يقع على عاتقها مهمة العرض والشرح والتفسير والتوجيه لكافة المجريات والقضايا والأزمات المحلية أو العالمية.

وترى الباحثة:

أن تكوين عملية الرأي العام عملية اجتماعية في الأساس يتجه فيها الأفراد إلى من يثقون فيهم من قادة الرأي، و يعتمدون في الأساس على وسائل الاتصال الجماهيري وإمدادهم بالمعرفة والمعلومات في شتى المجالات، حيث أصبح من أهم الأدوار المنوطة بالإعلام هي: خلق رأي عام تجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية.

تعاريف الرأي العام:

يرى شابلن Chaplin في قاموسه Dictionary of Psychology بأنه: «ذلك المنحنى العام لرأي أو اتجاه الغالبية العظمى من الأفراد نحو قضية معينة أو مجموعة من القضايا». بينما يذهب Drever بأنه: «الإجماع العام للرأي في مجتمع معين تجاه أمور اجتماعية أو أخلاقية أو سياسية»، كما شرحه هاريمان ١٩٧٥ بأنه: «الرؤى أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الأفراد، ويمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأي العام باستخدام عينات مماثلة»، ويفرق قاموس English & English بين الرأي والرأي العام فيذهب إلى أن الرأي: هو الذي يعتنقه الشخص بلا انفعالات أو رغبات، والذي يكون على استعداد لتغييره أو إعادة تقييمه مرة أخرى، ويتأثر الرأي بالدوافع أو الرغبات، وعلى الرغم من ذلك فإن الرأي يكون وليد تصور خاص أو هوى شخصي.

أما الرأى العام فهو: تلك المحصلة التي تجمع ما بين الاتجاه والعاطفة، والحكم الذي تعتنقه جماعة اجتماعية كبيرة أو جمهور عام [١].

الرأي العام:

«هو الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الداعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساسًا مباشرًا»[٢].

---

(١) ناهد رمزي: «الرأي العام وسيكولوجيا السياسة» مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، القاهرة، ص ٩١.

(٢) مختار التهامي: «الرأي العام والحرب النفسية»، دار المعارف، الجزء الأول، القاهرة، ص ١٧، ص ٣٦.

فلقد أصبح وجود الرأي العام والرأي العام العالمي حقيقة ملموسة، ولن تضار هذه الحقيقة بمحاولة بعض الكتاب أو السياسيين إنكارها أو تجاهلها، ومع ذلك يجب ألا نمعن في التفاؤل فنتغاضى عن الدور الخطير الذي تقوم به أجهزة الإعلام الاستعمارية لتشويه الرأي العام العالمي أو تضليله.

وترى الباحثة:

أن أجهزة الإعلام قد تاهت في غيبة الإعلام العربي الرشيد لتشويه حقيقة الصراع العربي- الصهيوني مستغلة في ذلك جنوح الرأي العام العالمي للسلام ونفوره من التهديد باستخدام القوة. كما تؤكد على أهمية معرفة مقومات الرأي العام من خلال اختيار شخصيات معينة ومعرفة آرائهم بما يطلق عليه: Self Located Orientation Public Opinions Slop.

أقسام الرأي العام كما قسمها د. عبد اللطيف حمزة ثلاثة أنواع:

رأي عام مسيطر: وهو رأي القادة والزعماء والحكومات.

رأي عام مستنير: وهو رأي الطبقة المثقفة من الجمهور.

رأي عام منقاد: وهو رأي التابعين بغير تفكير أو إرادة[1].

وترى الباحثة: أننا يجب أن نسعى من خلال وسائل الإعلام المختلفة لتكوين رأي عام مستنير قادر على قيادة المجتمع، ومن ثم تأخذ على عاتقها مسئولية التفكير بعد الإدراك، ومن ثم إدارة الحوار والنقاش والجدل الفكري.

* * *

---

(١) عزيزة عبده: مرجع سبق ذكره، ص ١٣٦.

المبحث الثاني
العمليات النفسية وتأثيرها على الإعلام

العمليات النفسية بشكلها الراهن تمثل ظاهرة من ظواهر القرن الواحد والعشرين، إلا أن القراءة العلمية لمفهومها وتاريخ تطورها تؤكد على أن جذورها قد ضربت في أعماق التاريخ، حيث شهدت استخدام وتوظيف العديد من أساليب ووسائل مختلفة ومتباينة من طرق العمليات النفسية لتحقيق أهدافها، وتعددت المصطلحات والمرادفات للعمليات النفسية عبر التاريخ الحديث، وكان من أبرزها: حرب الأعصاب - حرب المعنويات، أو الحرب المعنوية، أو حروب الأفكار أو حرب القرائح - حرب الإرادات - حرب الدعاية - حرب الدهاء - الحرب الباردة - حرب الإشاعات - الحرب السياسية.

وترى الباحثة: أن العمليات النفسية تهدف في الأساس إلى دعم وتعديل وتغيير اتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع قبل إضعاف روحهم المعنوية والتأثير في درجة تماسكهم وإنزال الرعب والهلع بهم وإجبارهم على قبول الواقع المفروض عليهم.

نشأة وتطور العمليات النفسية:

مرت العمليات النفسية منذ بدء الخليقة بثلاث مراحل [1]:

أ - مرحلة مزاولة العمليات النفسية دون علم أو دراية:

حيث يلتزم الفرد بلا شعور منه بطاعة قانون طبيعي له جذوره في أعماق النفس البشرية، وهذا القانون يفرض على الإنسان أن يسعى للتأثير في آراء واتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع الذي يعيش فيه، وذلك باستخدام وسائل وأساليب غير نمطية أو غير مألوفة من خلال القريبين منهم لإجبارهم، أو التأثير على معنويات الخصم لإثارة فزعه وإرهابه، وقد برز ذلك من خلال (السباب - الشتائم - صيحات القتال - أعمال السحر) وكانت وسائل الاتصال والإعلام خلال هذه المرحلة مقتصرة على استخدام

---

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية - مركز الشئون النفسية بالقوات المسلحة، إدارة المطبوعات والنشر ٢٠٠٥، القاهرة، ص٥.

(الطبول - النسيان- الدخان - النقوش - الأعلام أو البيارق - الرسوم) بينما تركزت أساليب العمل النفسي في نشر (الخرافات - الأساطير - التخويف - التخريب - التهديد).

ب- مرحلة شن العمليات النفسية بناء على خطة فردية (المرحلة الانفرادية)[1]:

هي المرحلة التي حاول فيها بعض القادة العسكريون ممن يتمتعون بالسمات القيادية والكاريزما العالية التأثير على الروح المعنوية للخصم أثناء القتال، وقد ذخرت كتب التاريخ بالعديد من الأسماء وأعمال القادة البارزين من أهمهم الأنبياء والرسل وكذلك القادة (محمد ﷺ - جنكيزخان - هانيبال - نابليون....) والتي امتدت إلى بداية الحرب العالمية الأولى، حيث تحولت الأساليب والوسائل العرضية إلى أساليب ووسائل عسكرية مدروسة، من أبرزها حملات الترغيب والتخويف والتهديد والسخرية، كما توسعت الدول المتصارعة في استخدام (المنشورات - الإذاعة - الموسيقى - الصحافة).

ج- مرحلة شن العمليات النفسية المخططة:

مع قيام الثورة البلشفية عام ١٩١٧ بدأت مرحلة تطوير العمليات النفسية المخططة باستغلال الدعاية كأداة رئيسية وفعالة في تطبيق الماركسية ونشر الشيوعية في العالم، وبقيام الحرب العالمية الثانية تطورت العمليات النفسية تطورًا كبيرًا في جميع مجالاتها: من حيث المستوى، والوسيلة، وأسلوب التطبيق. كما ظهرت وسائل قتال نفسية حديثة زادت من فاعليتها مما أعطاها بعدًا مهمًا من أبعاد الحرب الشاملة، حيث لا يقتصر نطاق التعامل به على العلاقات الفردية فحسب بل تعداها إلى مجال العلاقات الدولية، وبذلك اعتبر العمل النفسي إحدى الركائز الرئيسية في إستراتيجية الدول لتحقيق غاياتها وأهدافها القومية.

التطور التاريخي للعمليات النفسية[2]:

تشير الأدلة والشواهد التاريخية إلى أن قدماء المصريين الفراعنة والإغريق اليونانيين استخدموا مبادئ الحرب النفسية ضد خصومهم بهدف إدخال الرعب والخوف في

---

(١) المرجع السابق، ص٦.

(٢) عماد عبد الرحيم الزغول، علم النفس العسكري، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣، ص ١٥٨.

قلوبهم، وإضعاف الروح المعنوية لديهم، وخلق حالة من الفوضى والإرباك وعـدم الثقـة في خصومهم، كما استخدم قدماء اليونانيين أساليب التـشهير الـسياسي والـسب والـشتم ضد أعدائهم كأحد أدوات الحرب النفسية.

ويقال: «إن أحد القادة العسكريين القدماء لجـأ إلى أسـلوب الحيلـة والمكـر والـدهاء وتمثل في خلق حالة من الفوضى والاضطراب في صفوف قوات العدو مـن خـلال إطفـاء الأنوار على نحو مفاجئ ودق الطبول بقوة، مما يتيح من هذا الإجراء اعتقاد أفـراد العـدو بأن هناك هجوما قد وقع بالفعل وأدى بهم إلى قتال بعضهم بعضا».

«ويذكر المؤرخ الصيني (سون تزو) أن الصينيين القدماء اسـتخدموا مبـادئ الحـرب النفسية، مثل: السحر، والعرافين العـسكريين، والدعايـة، والإشـاعة في معـاركهم ضـد أعدائهم».

«كما استخدم الرسول ﷺ الجانب النفـسي في رفـع الـروح المعنويـة وتعزيزهـا لـدى أولئك النفر القليل الذين آمنوا برسالته، وحثهم على الـصبر والتحمـل مـستغلا الـدوافع الإنسانية من خلال وصف ما أعد الله لهم في الآخرة من جنات النعيم».

تعريف الحرب النفسية والعمليات النفسية:

أولًا: الحرب النفسية[1]: استخدام أي وسيلة بهدف التأثير على الروح المعنوية وعـلى سلوك أي جماعة، ويرتكز على نقطتين رئيسيتين هما:

أ - اقتصار العمل النفسي على الروح المعنوية، وهي جزء من العمل النفسي الـشامل للتأثير على أفكار واتجاهات وسلوكيات الفرد عن قناعة لرفع الروح المعنوية لوقت محـدد دون أن تكون هناك قناعة بالدوافع والمؤثرات.

ب- ترتبط بغرض عسكري محدد، أي لا يبين استخدامها إلا وقت الـصراع المـسلح وضد العدو فقط.

الحرب النفسية هي فن استخدام جميع الوسائل والإجراءات الدعائية أو غير الدعائية المتاحة من قبل طرف معين للتأثير في معنويات طـرف آخـر، ويتمثـل ذلـك في التـأثير في

(١) المرجع السابق، ص ١٥٦.

إرادته واتجاهاته ومعتقداته وعواطفه وأساليب تفكيره وأنماطه السلوكية المتعددة.

ويمكن اعتبارها إلى حد ما إقناعا بالعنف، إذ لو قام الأمريكان بقصف جوي بالنابالم وأحرقوا مدينة يابانية، فالإحراق يهدف إلى إجبار اليابانيين على عدم مواصلة الحرب نتيجة لحرمانهم من الوسائل المادية للحرب وإيذائهم لغرض التسليم.

يذكر أن المفكر العسكري الأمريكي الشهير لينار برجر أول من استخدم اصطلاح الحرب النفسية بصورة صريحة وواضحة في عام ٥٤، ومن يومها تلقفه العالم وأصبح من المصطلحات المهمة التي استحدثت على نطاق واسع» وعرفها بأنها: «استخدام الدعاية ضد العدو مع اتخاذ إجراءات عملية أخرى ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو سياسية»[١].

الحرب النفسية تتوخى إحداث تغيير في السلوك العام للعدو بطريقة تتناسب وأهداف مستخدميها مستعملة وسائل يتجاوز تأثيرها النفسي التأثير الجماعي، ويمكن لهذه الوسائل أن تتضمن أدوات عسكرية معروفة مثل الغارات الجوية والقصف المدفعي أيضا فضلا عن إثارة الفوضى والتخريب.

تعرف دائرة المعارف البريطانية الحرب النفسية بأنها: «استخدام الدعاية التي تساندها إجراءات عسكرية أو سياسية أو اقتصادية ضد العدو بهدف إضعاف روحه المعنوية، وتحطيم إرادة القتال والمقاومة لديه، وفي بعض الأحيان لاستدراجه لاتخاذ مواقف تناسبنا»[٢].

وترى الباحثة: أن الحرب النفسية عرفت منذ عقود طويلة وتطورت تطورا كبيرا في زمن العولمة «وتعد من أهم وأخطر الوسائل التي يستخدمها الأطراف المتحاربة لتحطيم معنويات الخصوم، وتدمير معتقداتهم، وإضعاف قوتهم، والنيل من إيمانهم بقادتهم وعقائدهم الراسخة.... وتعتبر من أشد الأسلحة فتكًا وتدميرًا».

---

(١) عمرو يوسف: «الحرب النفسية وأثرها على السلم والحرب» – المركز العربي للنشر بالإسكندرية، ص ٢٠.
(٢) سبأ عبد الله باهيري: قراءات واجتهادات في الحرب النفسية، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر،، الطبعة الأولى ١٤٢٢، ص ٣١.

ثانيًا: العمليات النفسية[1]:

هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للطرق والوسائل والأساليب النفسية التي توجد أو تشن ضد الدول المعادية أو الحليفة أو الصديقة والمحايدة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق أهداف الدولة أو الدول المستخدمة، وهنا يتضح شمولية التعريف، حيث يحدد مفهومه أن:

أ- التخطيط لا يقتصر على مستوى أجهزة الدولة فقط؛ بل قد يشمل مجموعة الدول الحليفة / الصديقة.

ب- هذه العمليات تقوم علي قاعدة سيكولوجية تستهدف السيطرة على أفكار واتجاهات وسلوكيات الأفراد والجماعات، من خلال التأثير على دوافعها وانفعالاتها.

ج- تعدد طرق ووسائل وأساليب العمل النفسي المستخدمة في التخطيط وعدم اقتصارها على طريقة أو أسلوب واحد.

د- استمراريتها قبل وأثناء وبعد مرحلة الصراع المسلح سلمًا وحربًا.

هـ- توجه إلى / تشن على الجماعات والدول (الحليفة - الصديقة - المحايدة - المعادية).

و- تتضمن العمليات النفسية عددًا من الحملات النفسية (إعلامية - دعائية - دعائية مضادة - إعلانية).

* * *

---

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية: مرجع سبق ذكره، ص٧.

الفرق بين العمليات النفسية والحرب النفسية [1]:

م	وجه المقارنة	العمليات النفسية	الحرب النفسية
أ	الهدف الموجه إليه	الأفراد والجماعات المعادية – الحليفة – الصديقة – المحايدة.	أفراد وجماعات الدول المعادية فقط (قوات مسلحة – شعب).
ب	الهدف النفسي	هو التأثير والتغيير في آراء وانفعالات وسلوك الأفراد والجماعات (سياسية – اقتصادية – عسكرية) لإقناعها بوجهة نظر المخطط وفرض الإرادة عليه.	تحطم القوى المعنوية وخفض الكفاءة القتالية للقوات المسلحة وأفراد الشعب المعادي.
ج	التوقيت والاستمرارية	ليس لها توقيتًا محددًا لاستخدامها ولها صفة الاستمرارية سواء وقت السلم أو وقت التوتر والحرب وما بعدها (عدم اقتصارها على وقت معين).	يقتصر استخدامها على التوتر ونشوب الصراع المسلح، وعادة ما تنتهي بانتهاء الصراع المسلح وهو المستوى الميداني.
د	الطرق والوسائل المستخدمة	تستخدم كافة طرق ووسائل وأساليب العمل النفسي بما فيها طرق ووسائل الحرب النفسية.	تستخدم كافة الطرق والوسائل والأساليب ذات الصفة المعادية.
هـ	مستوى الاستخدام	على كافة المستويات (الإستراتيجي التعبوي – التكتيكي والتعزيزي).	يبرز استخدامها على المستوى التعبوي والتكتيكي.

مما سبق يتضح لنا شمولية مصطلح العمليات النفسية بحيث يمكن اعتبار مصطلح الحرب النفسية جزءًا من مشتملات العمليات النفسية على المستوى التعبوي والتكتيكي أثناء الصراع المسلح.

وتؤكد الباحثة: على أن مفهوم العمليات النفسية يختلف تمامًا عن مفهوم الحرب

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص٨.

النفسية، حيث إنها توجه للصديق قبل العدو، وتهدف لإضعاف الروح المعنوية وبث اليأس والقنوط والخضوع والاستسلام.

الخصائص الرئيسية للعمليات النفسية [1]:

أ - أحد الأسلحة الفعالة التي تسير جنبا إلى جنب مع الحرب الميكانيكية الميدانية أو قبلها أو بعدها؛ فهي إحدى العناصر المهمة في الحرب الشاملة وتسهم إلى حد كبير في تحقيق أهدافها.

ب- لا تقتصر العمليات النفسية على أوقات الحرب، وإنما تستخدم أيضًا في أوقات السلم، وذلك كما كان سائدا إبان الحرب الباردة بين المعسكر الشيوعي والرأسمالي.

ج- لا تلتزم بقوانين أو أعراف دولية أو دينية أو مبادئ الرقابة المتفق عليها دوليًّا، كما هو الحال في الحروب العسكرية التقليدية.

د - تتباين أهدافها حسب الغرض منها وبشكل عام تسعى إلى إضعاف معنويات طرف معين وزعزعة ثقته بنفسه وشل إرادته من أجل فرض إرادة معينة عليه.

هـ- تستخدم جميع الوسائل والإجراءات الدعائية وغير الدعائية المتاحة، مثل: (استعراض القوة - التهديد - الإشاعات - تجسيم الأحداث - الفكاهة والنكات - الخداع والتضليل - الأخبار - الإغراءات - الإذاعة والتليفزيون - مكبرات الصوت - المجلات - الأفلام السينمائية - المنشورات والملصقات - حملات الهمس - التستر وراء الدين والقيم الإنسانية).

و- ترتبط بأنواع أخرى من الحروب مثل الحروب الاقتصادية والسياسية والكيميائية والجرثومية والدبلوماسية غير محددة المصادر؛ فالعديد منها غير معروف أو محدد وقد يكون داخل المجتمع أو خارجه.

ز- تستهدف الجانب النفسي والمعنوي للأفراد للتأثير في اتجاهاتهم وأفكارهم ومعتقداتهم وأساليب تفكيرهم.

ح- تستهدف المدنيين والعسكريين على السواء أي أنها تستهدف الجبهة الداخلية والخارجية للمجتمع.

ط- سريعة التسلل إلى أفكار ووجدان الأفراد دون الوعي إلى الأهداف الكامنة وراءها.

---

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سبق ذكره، ص١٥٧.

ك- أكثر دوامًا واستمرارية؛ فهي لا ترتبط بزمن محدد وقد تستمر أثناء الحرب والسلم معا.

أهداف العمليات النفسية[1]:

تتلخص في بث اليأس والقنوط والرغبة في الاستسلام والكف عن الصراع في نفوس قوات العدو وذلك عن طريق التهويل من إمكانياتهم.

ويمكن تقسيمها لثلاثة أهداف رئيسية[2]:

أ - أهداف سياسية:

ترتبط العمليات النفسية ارتباطًا وثيقًا بسياسات الدولة التخصصية والأهداف والغايات القومية أي تهدف إلى تحقيق أهداف (خلق الانفعالات - الاتجاهات - السلوك) سياسية مختلفة؛ سواء من حيث التخصص (سياسية - اقتصادية - عسكرية... إلخ)، أو من حيث البعد الزمني (أهداف سياسية بعيدة - منظورة - قريبة) إقناع الرأي العام العالمي / الإقليمي / المحلي، بحدث معين، وكذلك عزل العدو عن أصدقائه / حلفائه وكسب التأييد من جانب الحلفاء والأصدقاء.

ب- أهداف داخلية (اجتماعية): توجه أساسا إلى الجبهة الداخلية للعدو وتهدف إلى:

(١) إثارة الفتن والنعرات القبلية والعرقية والنزاعات الطائفية بالمجتمع الداخلي للدولة الهدف.

(٢) العمل على زعزعة ثقة الأفراد والجماعات في نظام الحكم وإثارة الفرقة وافتعال الأزمات بينهم.

(٣) محاولة النيل من ثقة الشعب في قواته المسلحة.

(٤) العمل على إفقاد الشعب الثقة في نظامه الاقتصادي والاجتماعي (الأيدولوجي).

ج- أهداف عسكرية:

تتركز في التعبئة النفسية للقوات المسلحة والشعب، من خلال:

---

(١) معتز سيد عبد الله: «الحرب النفسية والشائعات» دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٩٧، ص ١١.

(٢) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٠.

(١) زيادة الاستعداد النفسي لكل من أفراد الشعب والقوات المسلحة، حيث تبدأ قبل وخلال وبعد مرحلة الصراع المسلح لزيادة الثقة وغرس الروح العسكرية لدى أفراد الشعب.

(٢) المحافظة على الروح المعنوية لكل أفراد القوات المسلحة أثناء فترة الصراع المسلح.

د - قهر الدوافع النفسية السلبية لأفراد القوات المسلحة (الصديقة)[١]:

الدوافع المختلفة (اجتماعية - اقتصادية) خاصة الدوافع النفسية (خوف - تعب - ذعر - قلق)، تتوالد في أفراد القوات المسلحة نتيجة لتعرضهم للظروف القاسية والتهديد بالموت وأنواع الحرمان النفسي والجنسي مما يستلزم:

(١) التقليل من التأثير الناتج عن تلك الدوافع بتعريف أفراد القوات المسلحة الهدف من القتال وشرعية وعدالة قضية الصراع.

(٢) الإلمام بخصائص وأسلحة العدو وأساليب قتاله المنتظر مواجهتها في ميدان القتال.

(٣) استغلال الوقت بالعمل الجاد، وبالتالي محاربة الخوف والملل.

(٤) اتباع جميع الوسائل التي تؤدي إلى رفع الروح المعنوية مع التأكيد على انتظام (الشئون الإدارية - إخلاء الجرحى والرعاية الطبية - الأجازات).

(٥) العمل على زيادة ثقة الأفراد بقياداتهم وأسلحتهم فضلا عن الاهتمام بالطب النفسي وتواجد وحداته المتخصصة في الميدان.

هـ- التأثير على دوافع واتجاهات وانفعالات وسلوكيات الأفراد والجماعات المعادية بما يخدم أغراض وأهداف الدول المخططة وتتركز في:

(١) تجسيم مشاعر القلق النفسي من ويلات ونتائج الحرب بين فئات المجتمع للتأثير على العلاقة التي تربط بين أفراده وفئاته بنظام الحكم فيه.

(٢) تجسيم التناقضات والخلافات بين الفئات المختلفة في القوات المسلحة المعادية.

---

(١) المرجع السابق، ص ١١.

أمريكا وإسرائيل والعمليات النفسية:

لقد استخدمت إسرائيل العمليات النفسية على نحو منظم في صراعها مع العالم العربي وابتدعت أساليب الدعاية وحملات التضليل وتزوير الحقائق والتمادي في العنف والإرهاب واختلاق الأزمات والنزاعات وتشويه صورة الشخصية العربية، وكانت تهدف من وراء ذلك تضليل الرأي العام وكسب التأييد العالمي والتعاطف مع إسرائيل بالإضافة إلى خلق حالات من الرعب واليأس والهلع في الصف العربي والعمل على تعزيز عوامل التفرقة بين أجزاء العالم العربي وفرض سياسة الأمر الواقع عليه.

«إسرائيل في أيامنا الحالية تستخدم الحرب النفسية ضد الانتفاضة الفلسطينية خاصة والشعب العربي عامة باللجوء إلى العنف والإرهاب والتدمير وسياسة هدم المنازل والاغتيالات والإبعاد وحملات التشهير والتزوير بهدف خلق حالة من الإرهاق والإعياء النفسي وعدم الثقة بجدوى المقاومة»[1].

وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١ التي نتج عنها تدمير مبنى التجارة وقتل ما يزيد عن ٣٠٠٠ شخص مما أدى إلى حدوث صدمة نفسية كبيرة رصدت لها بلايين الدولارات مستغلة في ذلك جميع وسائل الإعلام والأقمار الصناعية.

«وتشكل هذه الحملة الدعائية جزءًا من حرب نفسية شاملة تهدف إلى رفع معنويات الشعب الأمريكي وزيادة إيمانه وثقته بقدرة الولايات المتحدة الأمريكية على التصدي للإرهاب العالمي وإقناعه بعدالة التدخل العسكري الأمريكي في مختلف مناطق العالم تحت ستار مكافحة الإرهاب ونشر الديمقراطية.. كما أنها تهدف بالوقت نفسه إلى إرهاب العالم وخلق حالة من الذعر والخوف في مناطق العالم المتعددة من خلال التلويح بالتدخل باستخدام القوة العسكرية أو بقطع المساعدات الاقتصادية أو التستر بغطاء الأهداف الإنسانية النبيلة المتمثلة في مساعدة الشعوب على التحرر وتحقيق العدل والديمقراطية»[2].

---

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٠.

(٢) المرجع السابق، ص ١٦٢.

مستويات العمليات النفسية:

تنقسم لثلاثة مستويات:

أ - العمليات النفسية الإستراتيجية [1]:

(١) تخطط وتدار على المستوى الإستراتيجي في إطار السياسة النفسية النابعة من الهدف القومي للدولة وفي تعاون مع باقي السياسات التخصصية الأخرى (الخارجية - الداخلية - العسكرية - الاقتصادية).

(٢) توجه إلى الدول الصديقة والمحايدة، وتشن ضد الدول المعادية بهدف التأثير على أفكار وآراء الأفراد بهدف تغييرها بما يحقق الأهداف القومية للدولة.

(٣) تتميز بالشمول والامتداد لأنها توجه إلى جمهور كبير [2].

(٤) يتم التخطيط لها على المدى البعيد، وبالتالي فإن نتائجها وتأثيرها يحتاج إلى وقت كبير، وهي تستخدم جميع طرق ووسائل العمليات النفسية المتاحة على مستوى الدولة.

ولعل الحرب الإستراتيجية الصهيونية هي أبرز نموذج يمكن الإشارة إليه في هذا الصدد، وقد مارستها مئات السنين ومازالت تمارسها إلى الآن من أجل هدف أساسي هو «امتلاك فلسطين إلى الأبد» ورغم نجاح الصهيونية في تحديد هدفها وفي المحافظة عليه فإنه قد فاتها أنه يفتقد إلى العنصر الذي لا يمكن أن يتحقق له الدوام بدونه ألا وهو عنصر الحق، وقد أثبتت التجارب التاريخ أن تحديد الهدف وتحقيقه بالقوة المجردة لا يكفيان لبقائه [3].

ب- العمليات النفسية (التعبوية - التكتيكية):

(١) يطلق عليها العمليات النفسية الميدانية كما تعتبر حاليًا المرادف لمفهوم مصطلح الحرب النفسية، حيث تشن بواسطة تنظيمات العمليات النفسية الميدانية بإمكانياتها ووسائلها وتعاون كامل مع أجهزة وإمكانيات العمليات النفسية الإستراتيجية، وتعرف على أنها الإجراءات والتدابير الواردة في خطة العمليات النفسية الإستراتيجية والتي تقوم تنظيمات العمليات النفسية (كتائب - سرايا - أقسام) بشنها ضد تشكيلات ووحدات

---

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مركز الشئون النفسية، مرجع سبق ذكره، ص١٢.

(٢) حميدة مهدي سمسم، مرجع سبق ذكره، ص١٣.

(٣) معتز سيد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ١٥.

العدو والمدنيين في مسرح الحرب بهدف دعم أعمال قتال القوات الصديقة والحليفة في العمليات العسكرية.

(٢) مهام العمليات النفسية التعبوية: تعتبر العمليات النفسية الميدانية سلاح فعال وشديد التأثير في العمليات العسكرية، ويساهم مساهمة كبيرة مع أعمال القتال وغيرها من أساليب الصراع في تحقيق النصر بسرعة وبأقل خسائر في الأرواح والمعدات؛ لذلك يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد وتصميم الحملات النفسية على المستويين (التعبوي / التكتيكي).

ج- العمليات النفسية التعزيزية [١]:

يقصد بها الحملات النفسية التي توجه وتشن لدعم المناطق المحررة والمحتلة، وتوجه أساسًا إلى الأهالي والسكان المحليين بهدف تسهيل تنفيذ مهام العمليات العسكرية لقواتنا وتحقيق أقصى درجة تعاون ممكنة بينهم وبين القوات العسكرية أو بالعكس في المناطق المحتلة من قبل العدو، ويجب أن تعطى المناطق المحررة والمحتلة عناية خاصة من جانب الهيئات والتنظيمات المسئولة عن تخطيط وإدارة الحملات النفسية؛ سواء على المستوى الإستراتيجي أو الميداني.

أبرز قادة العمليات النفسية عبر التاريخ:

أ - الرسول ﷺ:

كان ﷺ يستخدم في الغزوات الثماني والعشرين التي قادها بنفسه مدرسة عسكرية متقدمة على عصره، سواء في تطبيق مبادئ الحرب الأساسية كما نعرفها اليوم، أو في مجال الحرب النفسية المساندة لهدف الحرب، ولا غرابة في ذلك؛ فقد علمه شديد القوى، فهو ﷺ خريج المدرسة العسكرية الربانية الظافرة ، ولقد مارس الرسول ﷺ مهام الحرب النفسية والدفاعية والهجومية [٢]، فمثلا استخدم الإجراءات النفسية الدفاعية مثل: إشاعة الأمل والتفاؤل بين المسلمين، والحفاظ على روح التآخي، ومنع أسباب إثارة النعرات، والسماح بالترفيه البريء، والإكثار من الدعاء لتقوية العزائم، والتظاهر بالقوة.

---

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٦.

(٢) سبأ عبد الله باهبري، مرجع سبق ذكره، ص ٩٥.

ب- الخلفاء الراشدون:

استخدموا مبادىء الحرب النفسية في معاركهم وفتوحاتهم المختلفة، ومن هؤلاء القادة (خالد بن الوليد - عمرو بن العاص - سعد بن أبي وقاص - طارق بن زياد - يزيد بن أبي سفيان - صلاح الدين الأيوبي - والظاهر بيبرس) حيث استغلوا أساليب المباغتة والتعرض والمفاجأة والدعاية في معاركهم ضد الأعداء للتأثير في معنوياتهم وإضعاف الروح القتالية لديهم [1].

ج- جنكيز خان:

القائد التتري الشهير كان يستخدم الحرب النفسية لإرهاب أعدائه. إذ كان يستقبل جواسيس أعدائه ويريهم أفضل أسلحته وأقوى جنوده وأخشنهم وأشدهم قوة وضراوة وأشجع قادته، ويبهرهم بانضباط جيشه وطاعته لقادته فيعودون لبلادهم فيصفون ما شاهدوا فيكونون سببًا في إفزاع جيوشهم وإدخال الخوف والوهن إلى قلوبهم [2].

د - طاغية ألمانيا وزعيم الرايخ الثالث «هتلر»:

رغم امتلاكه لأقوى جيش في العالم في ذاك الوقت كان يسلط وسائل إعلامه وإذاعاته الموجهة إلى الشعوب التي يحتل أراضيها ويواصل العمل ليل نهار على تحطيم معنوياتها...بالإضافة إلى إلقاء المنشورات من الطائرات لتؤكد الأقوال وتدعيم الحجج للاستسلام والابتعاد عن الحرب [3].

هـ- هولاكو:

من أبرز من استخدم الحرب النفسية في التاريخ فقد كسب الحرب على بغداد قبل أن تبدأ، وكان ذلك بأعداد قليلة من رجاله، وقلة من العملاء أشاعوا بين الناس أساطير عن بسالة الجندي المغولي ووحشيته مما خيل لأهل العراق أنهم سيواجهون جيشًا من المردة.

و- جورباتشوف:

أول من استخدم العمليات النفسية بمعناها الحالي أواخر الثمانينات عام ٨٩، وبوش ٩٠، والأمم المتحدة ٩١، وباختصار يمكن القول بأنه مصطلح لا يحمل في طياته أي

---

(١) عماد عبد الرحيم الزغلول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٠.

(٢) سبأ عبد الله باهبري، مرجع سبق ذكره.

(٣) الحرب النفسية وأثرها في السلم والحرب، مرجع سبق ذكره، ص٢٨.

جديد سوى محاولة الأمريكان لاستغلال انهيار الاتحاد السوفيتي في تعديل ميزان الصراع بينهما، واستثمار التخلخل الحاضر في الوضع الدولي آنذاك لإضافة المزيد من معايير القوة في كنه ميزاتهم في عالم ما بعد الاتحاد السوفيتي[1].

العلوم الأساسية التي تستند إليها العمليات النفسية[2]:

أ - علم النفس:

يدرس محفزات السلوك الإنساني، ويعني أيضا بوضع مناهج علمية لقياس ووصف قدرات وإمكانيات واستعدادات الأفراد الكامنة في أعماقهم، وتساعد في فهم سلوك الفرد داخل الجماعة وكيفية التأثير عليه.

ب- علم الاجتماع:

يعنى بدراسة تركيب التنظيمات الاجتماعية فئاتها وطبقاتها، وخصائص الجماعات البشرية وتأثرها بالعوامل السياسية والبيئية.

ج- العلوم العسكرية:

المعرفة بأساليب خوض الحروب والإلمام بأنواع الأسلحة وتأثيراتها وخصائصها ويساعد في إعداد الحملات النفسية القادرة على التأثير في جيش العدو ومواطنيه.

د - الإعلام:

الإعلام المرئي والمسموع والإلكتروني هو عصب إدارة العمليات النفسية خصوصًا على المستوى الإستراتيجي.

هـ- علم السياسة:

نظرًا لأن العمليات النفسية تهدف إلى خدمة الأهداف السياسية للدولة في وقت السلم فإنه من الضروري أن يكون القائمون على تنفيذها على دراية بأساسيات العلوم الأساسية والأعراف الدبلوماسية التي تحكم تعامل الدول بعضها مع بعض.

وترى الباحثة: أنه لإدارة العمليات النفسية فإننا نحتاج لفريق من المتخصصين في هذه العلوم جميعها ليكمّل بعضهم البعض، مع ضرورة إدراك المعايير الإنسانية المسموح بها وحدود القوانين الدولية.

---

(١) المرجع السابق، ص ٢٨.

(٢) سبأ عبد الله الزهيري، مرجع سبق ذكره، ص ٤٥.

المبحث الثالث
طرق وأساليب العمليات النفسية

وأهم هذه الطرق ما يلي:

الإعلام - الإعلان - الدعوة - العلاقات العامة - الدعاية - الدعاية المضادة - العمل / الحركة - الخداع.

الإعلام:

هو العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي الصائب في واقعة أو حادثة معينة أو مشكلة، حيث يقوم الإعلام أساسًا على:

أ - التنوير والتثقيف مستخدما الشرح والجدل المنطقي في عرض موضوع.

ب- يوجه إلى المستويات المختلفة من النخبة (العلمية - المثقفة - قادة الرأي).

ج - يخلق الإدراك والوعي لأفراد القوات المسلحة بالأحداث والتطورات الداخلية والتي تتطلب المعرفة التي تكتسب من تكوين اتجاهات إيجابية.

الإعلان[1]:

لم يعد فن الإعلان مقصورًا على الإعلان عن سلعة معينة؛ بل تعداه إلى استخدام العلوم السلوكية والتحليلات لتوليد القناعة والثقة لدى الأفراد نحو بعض الأنشطة أو القرارات، ويستخدم للتعبير عن وجهات النظر السياسية والاجتماعية والترويج للبرامج الحزبية، وكذلك خصائص وإمكانيات الأسلحة والمعدات العسكرية.

الدعوة:

تعني نشر فكرة معينة بهدف إقناع الآخرين بها مستخدمين في ذلك الحجة والمنطق والتفكير العلمي السليم، وغالبا ما تكون هذه الفكرة ذات مضمون ديني أو عقائدي أو سياسي يقوم أساسًا على الصراحة التي تسعى لنقل الحقيقة إلى شخص يؤمن أو عليه أن يؤمن بها.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٢٧.

العلاقات العامة:

وظيفة إدارية تساعد على خلق وبناء ودعم الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنشأة وجماهيرها الداخلية والخارجية لمواجهة وحل المشكلات التي قد تنشأ في كافة المجالات.

الدعاية:

تعرف الدعاية على أنها الجهد المنظم لنشر الآراء والعقائد والأفكار والمبادئ من وجهة نظر المخطط بهدف التأثير في آراء وانفعالات واتجاهات وسلوك الأفراد والجماعات (الهدف المخاطب) بما يخدم هدف المخطط سواء عسكريًا أو اقتصاديًا أو سياسيًا، وتعتبر الدعاية الطريقة الرئيسية للعمليات النفسية بل إنها كانت تعتبر سلفًا إحدى المرادفات لمفهوم العمليات النفسية.

أ- الهدف من استخدام الدعاية [1]:

(١) التأثير في آراء وانفعالات واتجاهات لهدف، وبالتالي سلوك أفراد القوات المعادية باستخدام الرسائل المختلفة (مقروءة - مسموعة - مسموعة مرئية).

(٢) تنقسم الدعاية من حيث النوع إلى دعاية (بيضاء / صريحة - دعاية رمادية - دعاية سوداء) ولهذا فإن مخطط العمليات النفسية إلى جانب استخدامه للدعاية الصريحة خلال المراحل المختلفة للصراع المسلح (قبل - أثناء - بعد) انتهاء الحرب ، فإنه عادة ما يركز على استخدام الدعاية الرمادية والسوداء في تحقيق الآتي:

أ - نشرها ووصولها إلى أعماق ومساحات كبيرة من مسرح الحرب.

ب- سرعة الانتشار والتأثير بين أفراد وقوات الخصم.

ج - استخدام موضوعات وأساليب يصعب استخدامها في الدعاية البيضاء (كإخفاء المصدر والاتجاه - تزييف وثائق - تزوير عملة - تخريب).

(٣) عند استخدام الدعاية كإحدى الطرق المدعمة لخطة العمليات العسكرية يتم التخطيط لتصميم الحملات النفسية لتدار بالتوازي على مستويين كالآتي:

---

(١) المرجع السابق، ص ٢٩.

أولًا: المستوى الإستراتيجي:

ويأخذ شكل خطط، وتدار الحملات الدعائية لهذا المستوى في تزامن وتنسيق كامل مع باقي أجهزة الدولة على ثلاثة محاور؛ هي:

- حملات توجه للدول محل الاهتمام (صديقة - محايدة) للعمل على إقناع الرأي العام بها بمشروعية الحرب وكسب تأييدها مع عزل العدو عنها، وعادة ما تكون من خلال الدعاية البيضاء.

- حملات توجه للأهالي والسكان المحليين بالمناطق المحررة أو المحتلة تهدف إلى تسهيل تنفيذ مهام العمليات العسكرية لقواتنا وتحقيق أقصى درجة تعاون ممكنة بينهم وبين القوات الصديقة، وتتم من خلال الدعاية البيضاء مع إمكانية استخدام الدعاية الرمادية.

- حملات دعائية معادية تشن ضد أفراد الدول المعادية لخفض الروح المعنوية وإثارة الشك في إمكانية تحقيق قواتها أي نصر عسكري.

ثانيًا: المستوى التعبوي:

الحملات الدعائية التي تشن ضد جميع أفراد القوات المعادية وفي التشكيلات والوحدات بمسرح الحرب لخفض كفاءتها القتالية وعرقلة حشد المجهود الحربي للدولة / الدول المعادية.

أنواع الدعاية [1]:

من حيث التقسيم النوعي:

(١) الدعاية الديمقراطية: هي النوع الذي يتم بين الأحزاب السياسية حيث يسعى كل حزب لاكتساب أكبر عدد ممكن من المؤيدين لسياسته ولإثارة الشك في سياسات الأحزاب الأخرى.

(٢) الدعاية الانفعالية:

هي أقوى أنواع الدعاية التي تصمم وتشن بصورة مستمرة ومتلاحقة بها لا تترك

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٠.

فرصة للتأمل أو التفكير المنطقي، وبالتالي لا تدع مجالًا للدعاية المعادية لكي تنفذ إلى فكر وعقول الأفراد، كما أنها لا تهتم بالصدق أو الواقعية أو التتابع المنطقي.

وتنقسم الدعاية من حيث المصدر إلى ثلاثة أنواع؛ هي:

(١) الدعاية البيضاء (الصريحة): هي النشاط العلني الذي يعترف به المصدر إلى جانب تحمله كافة المسئوليات المترتبة عنها مثل محطات الإذاعة (صوت العرب – صوت أمريكا – مونت كارلو) والصحافة القومية والمنشورات والنشرات التي تصدر عن الوزارات والسفارات، أو التي تبثها القوات المسلحة في قوات العدو، ومن أبرز خصائصها:

(أ) معرفة مصدره مع تحمله للمسئولية المترتبة عليها.

(ب) وضوح النية في مضمون الدعاية.

(ج) غالبا ما تتوخى الحذر والدقة في نشر المعلومات.

(د) تجنب المبالغة الجسيمة والتعالي على الهدف المخاطب.

(٢) الدعاية السوداء (السرية – المستترة)[1]:

هي النشاط السري المستتر الذي يتم التخطيط له وإدارته بواسطة أجهزة المخابرات المعادية وتعتبر أكثر طرق العمليات النفسية في المقاومة. ومن خصائصها البارزة:

(أ) عدم معرفة المصدر وقد تتخذ مصدرًا مستعارًا تعمل من خلاله.

(ب) عدم وضوح اتجاهاتها مع ظهور سوء النية في مضمونها.

(ج) تركيزها على التشهير بنظام الحكم والمسئولين السياسيين والاقتصاديين والعسكريين.

(٣) الدعاية الرمادية: (غير محددة):

هي الدعاية التي لا تفصح عن حقيقة مصدرها أو الجهات التي تمولها أو تخطط لها وتعتمد على إبراز تضارب تصريحات القادة والمسئولين وعادة ما تبطن بسوء النية وتتميز بالآتي:

(أ) يستمر تأثيرها لفترة طويلة حيث يصعب مقاومتها.

(ب) تعتمد على إظهار تضارب تصريحات القادة والمسئولين.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.

(ج) تظهر على أنها نصيحة من مصدر وطني.

(د) تنتشر بوسائل الاتصال السرية (إذاعات – صحف – نشرات – منشورات).

الدعاية المضادة:

أ – هي الحملات النفسية التي تقوم أجهزة العمليات النفسية بتنظيمها وإدارتها لصالح الأهداف المخاطبة (الصديقة – المحايدة – المعادية) بهدف مقاومة والحد من نتائج الحملات النفسية المعادية ، ويتم بناؤها وتصميمها على ضوء الدراسة التحليلية للحملات النفسية المعادية حيث يتم من خلال هذه الدراسات تحديد الآتي:

(١) الأهداف المخاطبة.

(٢) الأهداف والمشاعر النفسية للهدف / الأهداف المخاطبة.

(٣) مؤشرات نتائج هذه الحملات.

(٤) المقترحات والتوصيات بتحديد أنسب الطرق والأساليب للرد على مثل هذه الحملات ووسائل نشرها.

ترى الباحثة: أن أمريكا وحليفها الإستراتيجي إسرائيل من أهم الدول التي استخدمت العمليات النفسية قبل وأثناء وبعد صراعها المسلح مع أي دولة في العالم.

وفي العصر الحديث شاع استخدام الحرب النفسية بشكل واسع، ويكاد يكون المحلل العسكري الإنجليزي فوللو أول من أطلق مصطلح الحرب النفسية، حيث دعى إلى إزالة المدافع عن الدبابات وتركيب الأبواق بدلا منها لنقل الدعوات والإشاعات إلى جنود الطرف المعادي بغية التأثير في معنوياتهم وحثهم على الاستسلام، هذا وقد انتشرت الحرب النفسية بشكل كبير ولاسيما أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية، وفيها تم استغلال أدوات متعددة مثل المنشورات، والإشاعات، ووسائل الإعلام، ووسائل القوة لإثارة حالات الرعب والانهيار العصبي والذعر الكامل لدى الأفراد.

ففي الحرب العالمية الثانية [1]، على سبيل المثال كانت الطائرات تسقط على الجنود والمدن منشورات لخلق حالة من عدم الثقة والإيحاء بعدم الجدوى من المقاومة، ومثل هذا الإجراء تم استخدامه من قبل الأمريكان في حرب فيتنام وكوريا والهجوم على العراق..

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سابق ذكره، ص١٦١.

كما أنه أثناء حرب فيتنام عمد الفيتناميون إلى نشر القمل بين الجنود الأمريكان لخلق حالة من الانهيار العصبي وعدم القدرة على التركيز في صفوفهم.

ب- الأسس الرئيسية التي تبنى عليها الحملات الدعائية الناجحة هي [1]:

(١) التقارب والألفة:

أن تصمم بحيث تخلق جوًّا من الألفة والتقارب قدر الإمكان مع الهدف المخاطب وذلك بصياغتها / إلقائها باللهجة المحلية.

(٢) التكرار والملاحقة:

تكرار الرسالة واستمرارها مع تنويعها يلعب دورًا بارزًا في ترسيخ مضمونها في عقل وفكر الهدف المخاطب، كما يعمل على جعل العقل في حالة من الإجهاد المستمر مما يدفعه إلى تقبل ما يطرح عليه.

(٣) جذب الانتباه:

من خلال العمل دائما على تطابق مضمون الدعاية مع رغبات الهدف وآماله وذلك باستغلال المواقف الحادة / الغامضة والمؤثرة في سير العمليات لخلق رد فعل لدى الهدف، بحيث إنها عادة ما تثير حب الاستطلاع وقلق الهدف ورغبته في جلاء واستيضاح الموقف.

(٤) الاقتناع بمضمون الدعاية (قابلية التصديق):

إن المواقف والأحداث الحقيقية / الثابتة تعتبر أكثر إقناعًا وتأثيرًا في تغيير اتجاهات وسلوكيات الهدف المخاطب، كما أنها تعني المراقبة والتطوير المستمر لمضمون الدعاية وبها يحقق مبدأ ربط الكلمة (الرسالة) بالعمل الفعلي.

(٥) الثبات وعدم التناقض:

تعني ثبات خط الدعاية وموضوعيته، وعدم التذبذب، أو تناقض الأفكار المطروحة وبها لا يفقد الثقة والمصداقية في مضمون الدعاية.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.

(٦) الاختيار الأمثل للهدف المخاطب:

تم عرض المراحل الرئيسية لشن العمليات النفسية أثناء إدارة الصراع المسلح، ووجد أنه في مرحلة تجسيم مشاعر القلق تظهر مجموعة الأغلبية التي تصاب بحالة الذهول الجماعي (الحياديين) وهي التي ينجح العاملون في مجال الدعاية من تحديد العوامل والمشاعر النفسية المؤثرة عليهم ومتابعة تطورها، وبالتالي توجيه الدعاية إليهم.

(٧) البساطة:

تعني استخدام مصمم الدعاية الكلمات الدارجة / العادية والبراقة، كذلك الترتيبات اللغوية التي تثير وتخاطب مشاعر الهدف وأحاسيسهم (حب الوطن -الكرامة - الحرية) مما يساعد على سرعة تحويل اتجاهات وسلوكيات الهدف المخاطب.

(٨) إثارة الشك [1]:

يركز مصمم الدعاية على كشف التناقض والشكوك والغموض في الموقف / الحدث الجاري، وذلك من خلال صياغة الرسالة بعبارات لتحطيم روح الفريق والعمل على تصعيده والتنمية الفردية والشعور بالأنانية بين أفراد العدو (الهدف المخاطب).

ج- هناك العديد من القيود التي قد تتسبب في فشل الدعاية في الحرب والتي من أبرزها الآتي:

(١) عدم توفر الكوادر المتخصصة لدراسة وتحليل الأهداف والدوافع والعوامل النفسية والتي يمكن من خلالها اختراق الهدف وإقناعه / تضليله بمضمون الدعاية.

(٢) مدى توفر وسائل إعداد وتوزيع ونشر مواد / موضوعات الدعاية (مطابع – إذاعات – مكبرات صوت – ذخائر – وسائل مبتكرة).

(٣) القيود المفروضة على الهدف / الأهداف المخاطبة (إجراءات أمنية – حظر استماع – عدم توفر أجهزة الراديو).

العمل / الحركة (العنف):

أ- هو إحدى وأكثر طرق العمليات النفسية وأكثرها خطورة وتأثيرا في الأهداف

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٦.

المخاطبة، ويعرف بأنه أحد أشكال الإجبار الفكري والاستخدام المحسوب للعنف / التهديد به لأغراض سياسية بهدف إثارة وإيقاع الاضطراب، وخلخلة التوازن النفسي، وخلق حالة من الخوف أو الرعب للهدف / الأهداف المخاطبة وإجبارها على اتخاذ سلوك محدد (غير مقبول من الهدف المخاطب) يحقق هدف المخطط (فرض إرادة).

ب - يعتبر من أبرز الطرق المستخدمة في هذا المجال [1]:

(١) الإرهاب: يلجأ مخططو العمليات النفسية إلى استخدام الإرهاب بكافة أساليبه / طرقه لدعم خطط العمليات العسكرية؛ وذلك بهدف إثارة أو إيقاع الاضطراب والخلخلة بإلقاء الرعب في صفوف العدو، ويتضمن هدفين:

هدف نفسي: بإثارة دوافع القلق والخوف وخلخلة التوازن النفسي لأفراد القوات المسلحة والشعب.

هدف مادي: من خلال نسف وتدمير المنشآت الحيوية، كذلك تهديد في الدول محل الاهتمام بما يؤثر على المجهود الحربي للخصم.

(٢) تتميز هذه الطريقة بمجموعة من الخصائص البارزة أهمها [2]:

(أ) غالبا ما تقوم أجهزة المخابرات بتخطيطها وتنفيذها، وعادة ما تنشئ داخل كل منظمة / جماعة نواة تمثل هذه الأجهزة (لجمع المعلومات والتخطيط).

(ب) تعدد الدوافع التي تؤدي إلى ظهور المنظمات / الجماعات الإرهابية والتي من أبرزها:

- الدوافع السياسية والقومية.
- الدوافع النفسية والاجتماعية (الشعور بالاضطهاد – طلب التغيير – الرفض).
- الدوافع العقائدية والأيديولوجية.
- دوافع أخرى وتتركز أساسا في تحقيق مطالب شخصية.
- يوجه الإرهاب للأهداف أكثر منه إلى الضحية (اقتل عشرة ترهب عشرة آلاف).

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٨.

(٢) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، ص ٤٠.

(٣) يتم تقسيم المنظمات الإرهابية طبقا لمسارح عملياتها على النحو التالي:

(أ) منظمات محلية:

عادة ما تقوم بتنفيذ عملياتها داخل أراضي الدولة الأم فقط (مثل: منظمة الباسيك الأسبانية والجيش الجمهوري الأيرلندي).

(ب) منظمات دولية:

هي التي ترتبط بصورة مباشرة ببعض الدول، وتقوم بتنفيذ عملياتها في الخارج لصالح تلك الدول أساسًا، مثل: المنظمات الفلسطينية / العقائدية التي تتبناها وتمولها دول الرفض والدول المتطرفة.

(ج) منظمات انتقالية:

هي المنظمات التي تنفذ عملياتها في الخارج والداخل ولا ترتبط بدول معينة رغم أنها قد تتلقى الدعم من إحدى الدول، أو قد ترتبط بها بصفة مؤقتة (مثل منظمة بادرماينهوف - تنظيم القاعدة - أبو مصعب الزرقاوي).

(٤) أهداف العمليات النفسية في مقاومة الإرهاب ما يلي:

(أ) عزل المنطقة / الجماعة الإرهابية القائمة بتنفيذ العملية عن أي تأييد خارجي أو داخلي لها.

(ب) الكشف عن الطبيعة الغير سوية؛ سواء للإرهابيين أو الهدف من العملية.

(ج) كسب التأييد، وشحذ الهمم للقوات القائمة بتصفية العمل الإرهابي، وخفض الروح المعنوية للإرهابيين، وبث عدم الثقة بينهم وبين القيادة التابعة لهم.

(٥) استخدام القوات الغير نظامية (رجال حرب العصابات):

تلجأ القيادات العسكرية إلى هذه الطريقة عادة لتدعيم وتأييد العناصر المنشقة داخل الأراضي المحتلة (المعادية)، ومن الخصائص المميزة لهذه الطريقة:

(أ) تتطلب إعداد نفسي جيد ومخطط للقوات والمتطوعين للعمل في هذا المجال.

(ب) إيجاد الدوافع النفسية لتنمية روح القتال لدى أفراد المقاومة.

(ج) الاهتمام بخلق وتدريب القادة والموجهين السياسيين وتوفير المعلومات الدقيقة والموقوتة عن الموقف أولًا بأول.

(٦) دعم / مقاومة الحركات والثورات المضادة:

يسعى مخططو الحملات النفسية عند التعامل مع هذه المجموعات وبعد إعداد دراسات ميدانية متكاملة عنها إلى عزلها وتشويه صورتها أمام الرأي العام الداخلي والخارجي، أو دعمها ونشر أفكارها داخل الدول المعادية، بما يشوه صورة الحكم به، ويعتبر من أبرزها وأكثرها تأثيرًا[١]:

(أ) الشائعات: تعتبر الشائعة بأنواعها من أبرز وأكثر أساليب ووسائل وطرق العنف استخدامًا وتأثيرًا على الهدف المخاطب بما لها من خصائص وقدرات على إفقاد الهدف / الأهداف المخاطبة ثقتها في قيادتها سلاحها وقوتها.

(ب) افتعال الأزمات: التخطيط والتنبيه لبعض الأحداث / عمليات التخريب المادي التي تؤدي في النهاية إلى ظهور أزمة (سياسية / اقتصادية / اجتماعية) تهدف لخلق حالة من التوتر والقلق تؤدي إلى الخوف، وبالتالي الرضوخ لمطالب المخطط.

(ج) عمليات غسيل المخ (قتل العقل):

يطلق على هذه العملية الإقناع الإجباري، وتعني: أي محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنساني وتحطيم الشخصية الفردية، بحيث يصير من الممكن التلاعب بها للوصول إلى أداة طيعة في يد المخطط، ويتبع هذا الأسلوب خلال الصراع المسلح ضد أسرى الحرب (عسكريين - مدنيين) ويستخدم في تنفيذه أساليب (العزل - التعذيب - الضغط الجسماني - أعمال العنف والإذلال).

الخداع[٢]:

أ - كان نتيجة دراسة وتحليل الصراعات المسلحة التي نشبت بين الدول على مر العصور استخدامها جميعا لعمليات الخداع المختلفة، وعلى جميع المستويات، مع استخدامها لكافة الوسائل (الدبلوماسية - الاقتصادية - العسكرية).

ب- تعريف الخداع من وجهة نظر العمليات النفسية:

هو مجموعة الإجراءات والأنشطة المنسقة لإخفاء ومنع الحقائق من الوصول إلى

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سابق ذكره، ص ٤١.

(٢) المرجع السابق ص ٤٤.

أجهزة المخابرات المعادية والمتعاونة معها، وتوجيه ودعم تقديراتها وجهودها إلى اتجاهات زائفة تؤدي إلى قرارات غير مناسبة تخدم هدف المخطط، حيث يعتبر الخداع بمستوياته المختلفة إحدى الطرق الرئيسية للعمليات النفسية خاصة على المستوى الإستراتيجي العسكري.

ج- أساليب الخداع:

(١) الإخفاء: يعتبر من أكثر الأساليب لحجب الحقائق والنوايا المستقبلية والإمكانيات والقدرات المعنوية للقوات المسلحة، حيث يمكن تحقيق ذلك من خلال:

(أ) التقيد الصارم بالسرية في كافة التحضيرات الخاصة بالعمليات العسكرية، وكذلك في تداول وحفظ الوثائق السرية.

(ب) تحديد ومتابعة عدد الأفراد المصرح لهم بالاشتراك في إعداد الوثائق الخاصة بالعمليات.

(ج) إعداد الوثائق العملياتية المهمة من نسخة واحدة (باليد) مع إعطائها أعلى درجات السرية والمحافظة على سلامتها.

(د) اتباع الأساليب العلمية والاستخدام الجيد للأدوات والمواد الخاصة بإخفاء وتمويه القوات (أفراد – أجهزة – معدات).

(هـ) الإعداد الجيد لخطة المخابرات المضادة مع الإصرار على تنفيذ إجراءاتها بكل دقة.

(٢) التقليد:

هو أحد أشكال الإيحاء الذي يستخدم خاصة على المستوى العسكري (تعبوي - تكتيكي)، ويتم بتقليد الأهداف المختلفة (أسلحة - مطارات - معدات - منشآت) في مناطق هيكلية، بما يمكن خداع أجهزة ومصادر جمع المعلومات عن فكرة العمليات (مناطق تمركز - اتجاهات عمل وضربات رئيسية).

(٣) التظاهر:

هو أكثر أساليب الخداع صعوبة وتكلفة، كما أنه يتطلب التخطيط الجيد والسرية

الكاملة بالإضافة إلى وقت أطول عن باقي الأساليب، إلا أن نتائجه الإيجابية لها تأثير حاد على سير العمليات العسكرية، وعادة ما يركز على إخفاء هدف وإظهار هدف آخر أقل أهمية لجذب الانتباه إليه.

(٤) الإعلام المخادع:

يستخدم هذا الأسلوب في اتصال وتنسيق كامل مع باقي أساليب الخداع من خلال الخطة المركزية للخداع الإستراتيجي، حيث تلعب وسائل أجهزة الإعلام دورا بارزًا في تنفيذ إجراءات الخداع الإستراتيجي، مع مراعاة أن تصمم الرسالة (الخبر المزيف) في وسائل الأعلام بأسلوب علمي دقيق تحسبًا للنتائج العكسية، كما يلزم على أجهزة المخابرات المراقبة المستمرة للهدف المخاطب لمعرفة ردود الأفعال.

د - المبادئ التي يجب مراعاتها عند تخطيط وإدارة الخداع تتضمن ما يلي [1]:

(١) الفاعلية والهدف: يتم ذلك باختبار وتنفيذ إجراءات وأنشطة الخداع التي تجذب مصادر جمع المعلومات المعادية وإقناعها بالمعلومات.

(٢) الواقعية: يتم ذلك باختيار وتنفيذ إجراءات وأنشطة الخداع التي تساير الواقع وطبيعة وأسلوب عمل وإمكانيات قواتنا دون مغالاة قد تؤدي إلى كشفها مع تجنب تنفيذ الأعمال الخداعية.

(٣) التجديد: يلزم مراعاة التجديد والابتكار في اختيار وتنفيذ أنشطة الخداع مع إعطاء عناية بالدراسة الدقيقة للأفكار الجديدة.

(٤) الاستمرار: يجب تنفيذ خطة الخداع طبقا لخطة زمنية وتعليمات واضحة ملزمة تحدد دور ومهام العناصر المنفذة في توقيتات وأماكن محددة في توافق تام مع مراحل خطة العمليات؛ لأن أي توقف أو إخلال في التنفيذ يمكن العدو من اكتشاف خطة الخداع.

(٥) الترابط والتنسيق: يلزم الترابط التام بين مكونات خطة الخداع، ويتم ذلك بأن يكون التخطيط والتنسيق مركزيًا على أعلى مستوى.

(٦) الشمول: يجب أن تكون خطة الخداع شاملة لكافة الأنشطة والأعمال التي تقوم بها القوات والعناصر الأخرى.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص٤٦.

(٧) الدقـــة: مراعـــاة الدقـــة التامـــة في مكونـــات خطـــة الخـــداع حتـــى تـــؤدي الغرض منها.

(٨) السهولة والبعد عن التعقيد: استخدام نماذج تمثل الأهداف والمنشآت بـأن يتـوفر فيها البساطة وسهولة الاستخدام والنقل والتركيب.

(٩) الوصول إلى العدو: يجب أن تحقق إجـراءات وأنـشطة الخداع إمكانيـة وصـول المعلومات الزائفة إلى العدو في صورة مقبولة ومسايرة للواقع ليقوم العدو ببنـاء تقديراتـه الخاطئة.

(١٠) الأمـن: يراعى اتخاذ كافـة الإجـراءات لتـأمين خطـة الخـداع بالتقيـد الحـازم بالسرية في التخطيط والنظام الصارم في تداول وحفظ الوثائق المتداولة.

(١١) الاقتصـاد: يلزم الاقتصاد في تسرب المعلومات الحقيقية ضمن باقي المعلومات الزائفة.

هـ- وينقسم الخداع العسكري من حيث المستوى إلى ثلاثة مستويات هي [١]:

(١) خداع إستراتيجي: ينظم ويدار بواسطة القيادة العامة للقوات المـسلحة في إطـار خطة الخداع الإستراتيجي العام.

(٢) خداع تعبوي: يقصد بـه تنفيـذ قيـادات الأفـرع الرئيـسية والهيئـات والإدارات والتشكيلات التعبوية لمجموعة من الأنشطة والإجراءات الواردة في الخطة الإسـتراتيجية بإمكانيات ووسائل هذه القيادات.

(٣) خداع تكتيكي: تعتبر قيادات التشكيلات التكتيكية (بريـة – بحريـة – جويـة – دفاع جوي) هي المسئولة عن تنفيذ الأنشطة المحـددة بـالقوات والوسـائل المخصـصة في التوقيت والمكان المحدد.

و - أساليب الخداع العسكري تتمثل في:

(١) الإخفـاء: هو أسلوب رئيسي لحجب الحقـائق والنوايـا المـستقبلية والإمكانيـات والقدرات المادية والمعنوية.

(٢) الإيحـاء: مجموعة الإجراءات والأنـشطة المنفـذة بهـدف إقنـاع العـدو وحلفائـه

---

(١) المرجع السابق، ص ٤٧.

بأسلوب غير مباشر بفكرة معينة ينتج عنها رد فعل خاطئ يتم الاستفادة منه حيث يمثل الشق / الجانب الإيجابي من الخداع.

(٢) الخداع السياسي: إحدى الوسائل السياسية الرئيسية لتنفيذ الإجراءات وأنشطة الخداع الإستراتيجي العام في الدولة ، والتي تخطط وتدار ويتم تطويرها في إطار واحد على المستوى القومي، حيث تتضمن كافة إجراءات وأنشطة الأجهزة (السياسية – الاقتصادية – العسكرية) على مستوى الدولة.

أساليب العمليات النفسية [١]:

الأساليب المعادية وتتمثل في:

الديموجوجية: هي استخدام تصريحات أو معلومات تبدو كأنها تؤيد وتخدم مصالح الدولة/ الجماعة المخططة، وإظهارها على أنها تمثل الرأي العام المحلي والإقليمي ، ومن أبرز الأمثلة على ذلك: قيام إسرائيل من خلال المنظمات الصهيونية الداخلية والخارجية بإصدار نشرات وتصريحات وشائعات (الحقد والكراهية).

أنواع أساليب عمليات التخريب النفسي [٢]:

أ - أساليب الضغط النفسي:

تستغل حملات التخريب النفسي لتوجيه الصدمات المفاجأة واللعب بالعواطف والانفعالات والآراء الزائفة.

ب- أساليب التخويف والردع:

تشمل كافة المجالات (الاقتصادية - السياسية - العسكرية) وتهدف إلى إجبار الدولة / المجموعات المستهدفة إلى اتباع سلوك معين يخدم أهداف الدولة المخططة.

ج- أسلوب التقارب (الصداقة – الحب):

يستخدم هذا الأسلوب لمحاولة التقارب مع كافة الجماعات وأفراد القوات المسلحة في الدولة المستهدفة، بما يحقق لها إمكانية تحييد هؤلاء الأفراد (الأهداف)، وضمان استمرارهم في استقبال الحملات النفسية.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية ، مرجع سبق ذكره، ص٧٣.

(٢) المرجع السابق، ص ٧٥.

د - **أسلوب التشكيك وعدم الثقة:**

يهدف إلى بث الشك وعدم الثقة لـدى الأفـراد والجماعـات داخـل الدولـة في قـدرة وكفاءة القيادة السياسية والعسكرية في تحقيق الأهداف والغايات القومية للدولة.

هـ- **أسلوب التهكم والاستهزاء:** يهدف إلى النيل من بعض الفئات أو الشخصيات (سياسية- عسكرية - اقتصادية) لتحطيم كبريائهم وتحقيرهم.

و- **عمليات غسيل المخ (الإقناع الإجباري)**[1]: محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنساني أو العمل ضد رغبة الفرد الحر (ضد إرادة وعقل الفرد)، وتتم من خلال مرحلتين أساسيتين هما:

(١) **مرحلة العزل:** تتم بعزل الهدف عن باقي الأفـراد وصـور الحيـاة العامـة (العـالم الخارجي) وإجراء عمليات (الضغط الجسماني - التهديد - أعمال التعذيب والإذلال النفسي).

(٢) **مرحلة الغرس / التحول:** يتم من خلالها تلقين وغرس الأفكار والعقائد الجديدة المطلوب توصيلها من المخطط إلى الهدف مع حمل الهدف وتشجيعه على تعلم معايير سلوكية جديدة (الإقناع بالواقع المزيف).

أساليب مضادة[2]**:**

تقوم أجهزة العمليات النفسية على كافة مستوياتها في الدولة بدراسة وتحليل الحملات النفسية المعادية لتحديد أهدافها ونتائجها ومدى تأثيرها على الأفراد والجماعات.

أ - **أسلوب التكيف:**

يعتبر من أقوى الأساليب المضادة تأثيرًا وأصعبها تخطيطا وتنفيذا، حيث يتطلب وقتًا طويلًا وإمكانيات كبيرة لاعتمادها أساسًا على نشر التعليم والثقافة والوعي.

ب- **السبق / الإحباط:** قيام الأجهزة المعنية بالإعلان والتحليل المسبق لأحد الموضوعات التي قد تستغلها الأجهزة المعادية أو المعارضة.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٧٦.

(٢) المرجع السابق، ص ٧٧.

ج- التفنيد المباشر:

تقوم فيه الأجهزة المعنية بالدراسة والتحليل والرد المباشر على الحملات المعادية أولًا بأول، مع استغلال نقاط الضعف في الحملة المعادية.

د - التفنيد الغير مباشر:

هو عرض لموضوعات مناسبة بهدف تفنيد وتكذيب الحملات المعادية بطريقة التخمين والتلميح لإظهار وجه الحقيقة بطريقة غير مباشرة.

هـ- الأسلوب التحويلي:

يعني جذب انتباه الهدف المخاطب لتحويله إلى موضوعات فرعية بعيدًا عن الموضوع الأصلي للحملة النفسية المعادية.

و- التقليل من أهمية الموضوع:

يستخدم هذا الأسلوب في حالة عدم إمكانية المخطط استخدام أي من الأساليب السابقة بنجاح.

ز- أسلوب الصمت: ليس من المفضل أن تتولى الحملات النفسية المضادة الرد على كل ادعاءات الحملات المعادية ذات الموضوعات التافهة، أو التي لم تحقق نجاحًا كبيرًا، أو يكون الهدف منها النشر فقط.

ح- أسلوب فرض القيود: هو أصعب الأساليب المضادة لى جانب تأثيره العكسي على الهدف المخاطب، حيث تلجأ أجهزة الدولة إلى الشوشرة على وسائل العمليات النفسية (الإذاعات) وحظر تداولها واستخدامها، وعادة ما تلجأ إليها الأجهزة في المناطق المحتلة.

وترى الباحثة أن من أهم أساليب العمليات النفسية: الترويع وإثارة الرعب والتهديد بالقوة والتضليل الإعلامي والتبسيط واستغلال الظروف الاقتصادية وفرق تسد وتحطيم الثقة والخداع وطرق الأبواب واستغلال العاطفة الدينية وتشويه وتحسين الصورة واستثارة الجوانب النفسية والاجتماعية والتكرار والإبدال والإسقاط والتعويض والتبديد واستثارة روح الكراهية والسخط، بالإضافة إلى أساليب أخرى كثيرة تستخدم في هذه الحرب منها المبادأة والمناورة وتقديم الرأي على أنه حقيقة - التجاهل المتعمد - الصمت - التعريض -الغمز - الجدل - المبالغة في تعظيم قدرات الخصم والاستهزاء

وإخفاء المصداقية والاحتواء والتقارب والصداقة والسبق والإحباط والتفنيد المباشر وغير المباشر وفرض القيود[1].

وأنه مهما تتعدد وتتنوع هذه الأساليب فإن المفاضلة بينها تتوقف على عوامل كثيرة كالسياسات الإستراتيجية والعسكرية التي تنطلق من خلالها المرحلة المحددة للحملة النفسية وأهدافها ونوع الجمهور الموجه إليه، بالإضافة للعوامل المؤثرة على نجاح الحملات النفسية والنتائج غير المتوقعة الناجمة عنها، وتعتبر الشائعة من أبرز وأخطر أسلحة أساليب العمليات النفسية استخداما وتأثيرا على الهدف.

تعريف الشائعة:

اصطلاح يطلق على رأي موضوعي أو عبارة قابلة للتصديق دون أن تطلب برهانًا أو دليلًا للتعبير العاطفي والتفسير الإدراكي، وبالتالي التخفيف من حدة التوترات عن طريق التفريغ الانفعالي وتنتقل من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية أو من خلال وسيلة من وسائل العمليات النفسية»[2].

«أما الباحثان «جوردن أولبورت» و«ليو بوستمان» فيعرفان الشائعة بأنها قضية أو عبارة موضعية نوعية مطروحة للتصديق، وهي تتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية في العادة دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها».

«ويعرفها د. مختار التهامي بأنها: الترويج لخبر مختلق لا أساس له في الواقع أو لخبر مختلف لا أساس له في الواقع أو لخبر تعمد المبالغة والتهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة لها، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي؛ تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة، أو عدة دول أو على نطاق العالم بأجمعه».

أقسام الشائعة:

أ - ويتم تقسيم الشائعات إلى أنواع عديدة من حيث الدوافع الانفعالية:

(١) **شائعات الأماني**: عبارة عن تنفيس لهذه الرغبات والحاجات والآمال، وهي تنتشر بسرعة بين الناس؛ لأنها تشعرهم بشيء من الرضا والسرور، وتشبع فيهم الحاجات

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٨٠.

(٢) المرجع السابق، ص٧٩.

والرغبات، أو تخفف عنهم بعض الآلام، وهي من أخطر أنواع الشائعات؛ لأنها تؤدي للوقوع في الفخ الذي ينصبه العدو للتراخي وعدم الاهتمام بمقاومتها.

(٢) **شائعات الخوف**: تنتج عن خوف الإنسان وقلقة كالخوف من الأعداء، أو من انتشار مرض أو وباء، أو من حوادث إرهاب غامضة المصدر، وكما يساعد الخوف على ظهور الشائعات فإنه يضاعف كذلك من تخمينها وسرعة انتشارها، حيث يكون الناس مستعدين لأن يتوهموا أمورًا كثيرة لا أساس لها من الصحة، ويفسروا الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يمليها عليهم الخوف والوهم، ويصدقوا كل ما يقال لهم [١].

(٣) **شائعة الحقد والكراهية**: تقوم على أساس بث الكراهية والعداء وعدم الثقة والتعصب بين فئات الشعب وطبقات المجتمع وتعمل على إثارة النعرات الطائفية والعنصرية بين طبقات المجتمع [٢].

(٤) **شائعة العنف**: تتصف بالعنف وتنتشر انتشار النار في الهشيم، وهذا النوع من الشائعات يغطي جماعة كبيرة جدًّا في وقت بالغ القصر.

(ب) التصنيف من حيث الأساس الزمني:

(١) **الشائعة السريعة**: هي التي تمثل تيارًا عنيفًا ينتشر بسرعة ليغطي أكبر حجم بشري في أقصر فترة، وتظهر وتتدرج عند وقوع الحوادث أو الكوارث أو الهزيمة في زمن الحرب [٣].

(٢) **الشائعة الزاحفة**: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية تنتهي في آخر الأمر إلى أن يعرفها الجميع.

(٣) **الشائعة الغائصة**: وهي التي تروج في أول الأمر ثم تغوص تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تتهيأ لها الظروف، ويكثر هذا النوع من الشائعات في القصص المماثلة التي تعاود الظهور في كل حرب مثل الشائعات حول تسميم قوات العدو لآبار المياه [٤].

وترى الباحثة: أن أهمية الشائعة ترجع إلى طبيعة الأهداف التي تحققها لمروجيها

---

(١) محمد منير حجاب، الحرب النفسية، مرجع سبق ذكره، ص١٩١.

(٢) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٨١.

(٣) المرجع السابق، ص ٨١.

(٤) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٢.

وأهمها استخدامها كستار لإخفاء الحقيقة والحط من شأن مصادر الأنباء، وكذلك استخدامها كطعم لإظهار ما يخفيه الخصوم من حقائق.

والشائعات سرعان ما تنتشر في أوقات الأزمات والحروب نظرًا لوجود ميل نفسي لدى الأفراد لتصديق معظم الأخبار والأقاويل وذلك بسبب حالة التوتر النفسي لديهم وثمة عامل آخر يساعد في انتشار الشائعات يتمثل في عدم وجود المعلومات الكافية أو عدم وضوح مثل هذه المعلومات أو بسبب أهمية الأخبار بالنسبة للأفراد مما يتسبب في تصديق أي شائعة أو مقولة [1].

الفروق الفردية في الحساسية للشائعات:

يرى العالم البورت أن هناك فروقا فردية في الحساسية للشائعات بين مختلف الأفراد والجماعات، ويعني بالحساسية، القابلية للتصديق أو عدم التصديق وتعتمد على:

أ - القابلية للإيحاء [2]:

ويقصد به مدى انفتاح الشخص على تصديق أو قبول ادعاء أو زعم دون توفر دليل على صحته، وتزداد القابلية للإيحاء بوجود عدد من العوامل؛ منها: الجهد أو نقص المعرفة لدى الأفراد، ووجود أنماط فكرية وتراكيب جامدة غير مرنة لدى الأفراد، وغموض المواقف وعدم وضوحها.

ب- إلحاح الدوافع والحاجات:

تزداد حساسية الأفراد للشائعات بوجود الدوافع والحاجات الملحة التي تتطلب الإشباع، فالفرد يميل إلى تصديق الشائعة إذا كان مضمونها يتعلق بإشباع دوافعه أو حاجاته أو أية ميول شخصية أخرى لديه.

أشهر خداع في التاريخ الحديث:

إسرائيل أولى الدول التي استخدمت الخداع في العالم، فقد استخدمت الشائعات في حروبها لتضليل العالم.

وترى الباحثة أن أكبر شائعة شهدها التاريخ هي ادعاء إسرائيل بأن فلسطين هي

---

(١) عماد الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٥.

(٢) المرجع السابق، ص ١٦٦.

موطنهم، ومن خلال متابعتنا للصراع العربي الإسرائيلي نجد أن إسرائيل قد حاربت العرب عسكريا ونفسيا متسببة في شائعات ترتبط بالفكر أو العقيدة أو المبدأ، وشعرت إسرائيل بأن استخدام الشائعة في هذه الحرب النفسية أكثر وقعا ونفعا وأقل قيمة، واستطاعت إسرائيل أن تجند الصهيونية العالمية ومؤسساتها الإعلامية المختلفة لصالح حربها ضد العرب؛ كدور السينما ودور النشر والإذاعة والتليفزيون. لإدراكها الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه هذه الوسائل في التأثير على الرأي العام لصالحها، وقد استطاعت أن تتلاعب بالمنطقة؛ تزور التاريخ وتجذب المهاجرين إليها عن طريق إشاعة أن فلسطين هي أرض الميعاد لإسرائيل، كأن تجمع اليهود تم بإرادة إلهية، إضافة إلى خداع آخر هو أن ما حدث لليهود على يد هتلر كان لاستدرار عطف العالم وكسب تأييده لحق اليهود في العيش بسلام [1].

حرب المصطلحات:

أحد أهم الملامح المميزة للعمليات النفسية في الوقت الراهن وأحد أهم الأسلحة التي تروجها القوى المهيمنة في العلاقات الدولية وداخل المجتمع عبر أدواتها الثقافية والإعلامية؛ فهي أحد المفاتيح لتمييز محدد من الوعي في وسائل الإعلام والثقافة بهدف التأثير في الواقع وخلق حالة من التكيف معه، وهي على المدى البعيد إذا تركت دون خطاب بديل تخلق تأثيرًا تراكميًّا يخترق الوعي المجتمعي العربي ويفجره من الداخل.

الإسرائيليون أساتذة حرب مصطلحات:

نجح الإسرائيليون في إلصاق مصطلح إرهابي بالعربي المسلم في الإعلام الغربي، وفي ترويج مفهوم عرب إسرائيل بدلا من عرب ٤٨ في الأراضي المحتلة، وأعمال العنف والإرهاب بدلا من أعمال المقاومة ضد الاحتلال.

ويأتي مصطلح حرب الأفكار ليعكس مشاريع الصياغة الأمريكية للمنطقة في الجانب الثقافي ومصطلح الشرق الأوسط الكبير لصياغة الجانب السياسي [2].

* * *

---

(١) محمد منير حجاب: «الحرب النفسية»، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٣.

(٢) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٩١.

خلاصة الفصل الأول

أصبح لوسائل الإعلام في عصر المعلومات الذي نعيشه اليوم، وفي ظل تكنولوجيا الاتصال تأثيرات قوية على المجتمعات، وأصبح لها دورًا بارزًا لا يمكن إنكاره في قيادة المجتمع والتأثير على أفراده.

في بداية عهد دراسات الإعلام في بدايات القرن الماضي كانت هناك مبالغة في قوة وسائل الإعلام وشدة تأثيرها على جمهورها لدرجة كانت توصف بها تأثيرات وسائل الإعلام الذي كان موجودًا في ذلك الوقت، أي الصحف والراديو والسينما، والتي كانت تستخدم الدعاية أثناء الحرب العالمية الأولى بأنها مثل تأثيرات الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد.

في ظل تقدم تكنولوجيا الاتصال وعصر المعلومات الذي نعيشه الآن أصبح لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الجمهور يقابلها على الجانب الآخر قوة أفراد الجمهور ونشاطهم وقدرتهم على الانتقاء من بين المضامين المختلفة التي تقدمها لهم وسائل الإعلام وفقا لدوافعهم ولاحتياجاتهم، كما أن للإعلام دور جوهري بارز في تكوين الرأي العام من خلال أجهزته العديدة المؤثرة، مثل: الصحافة، والإذاعة والتليفزيون، والسينما، والمسرح، والكتب التي تعتبر من أهم وسائل الاتصال بالجماهير.

«سوف يكون الانتصار ساحقا إذا ما نجحنا في تحطيم مقاومة الأعداء قبل اندلاع القتال الفعلي» مقولة للكاتب الصيني صن تزور، تؤكد على أهمية العمليات النفسية في إلحاق الهزيمة بالعدو.

التخطيط والإدارة الناجحة للعمليات النفسية لإخلال الخصم توازنه النفسي هي المقدمة الحقيقية لكسب الحرب؛ فالقوة السياسية والاقتصادية والوسائل الفنية والتكتيكية والمادية للحرب الحديثة مهما بلغت قوتها وقدرتها لإحراز النصر، أما النصر فيتوقف بالدرجة الأولى على مهارة توظيف واستخدام كل هذه القوى والوسائل بواسطة الأفراد / المؤسسات والجماعات المشتركة في الصراع.

تعتبر العمليات النفسية والحرب النفسية أقل تكلفة وأقلها إراقة للدماء ونشرًا للدمار، ولكنها في نهاية المطاف لا يقل تأثيرها عن الحرب الفعلية في الوصول إلى فرض الإرادة على الخصم، كما أنها أشد خطرًا وتأثيرًا من الحرب الميدانية؛ لأن آثارها ترتبط

بالجوانب النفسية والمعنوية لدى المدنين والعسكريين في آن واحد؛ فهي تسعى إلى التأثير في الكفاءة العقلية والأدائية والإنتاجية لدى الأفراد.

يرجع خطر العمليات النفسية إلى أنها غير محددة المصادر؛ فالعدو فيها غير معروف وغير محدد حيث تستهدف الجانب النفسي والمعنوي للأفراد للتأثير في اتجاهاتهم وأفكارهم كما تستهدف المدنيين والعسكريين على السواء، أي أنها تستهدف الجبهة الداخلية والخارجية للمجتمع.

مرت العمليات النفسية بثلاثة مراحل:

أ - مرحلة مزاولة العمليات النفسية دون علم أو دراية (التزام الفرد القانون الطبيعي).

ب- مرحلة شن العمليات النفسية بناء على خطة فردية (المرحلة الانفرادية).

ج- مرحلة شن العمليات النفسية المخططة.

ظهرت العديد من المصطلحات للعمليات النفسية: حرب الأعصاب - حرب المعنويات، أو الحرب المعنوية – حرب الأفكار– حرب الإرادات – حرب الدعاية، أو حرب الدهاء – الحرب الباردة – حرب الإشاعات – الحرب السياسية – عمليات حرب الكلمة، أو غسيل المخ، أو المعتقد، أو الحرب الأيديولوجية – حرب القلوب والعقول – حرب المعلومات.

من أهم أهداف العمليات النفسية:

أ - بث روح الهزيمة في الخصم، قناع المجتمع الداخلي بأحقية قضيتهم ومشروعيتها.

ب- تدعيم الروح المعنوية المساندة للجيش والدولة.

ج- تعبئة وإثارة الشعور بالكراهية والحقد والسخط وتوجيه هذه المشاعر نحو العدو.

د - تنمية مشاعر الصداقة والود مع المجتمعات والدول المحايدة.

أهم طرق العمليات النفسية هي: الإعلام – الإعلان – الدعوة - العلاقات العامة – الدعاية – الدعاية المضادة – العمل أو الحركة (العنف) أو الخداع.

الأساليب المستخدمة في الحملات النفسية الموجهة ضد الدول المعادية / الجماعات المعادية وتشمل الديموجوجية - عمليات التخريب النفسي، وتشمل على:

(أساليب الضغط النفسي - التخويف والردع - التقارب (الصداقة والحب) - أساليب التشكيك وعدم الثقة - أسلوب التهكم والاستهزاء - الشائعات بأنواعها - غسيل المخ).

تعد الدعاية أهم طرق العمليات النفسية والتي لا يكاد يخلو منها أي نوع من أنواع الصراعات القديمة أو المعاصرة على السواء، ويهدف إلى تفريق صفوف العدو وزعزعة إيمانه بمبادئه ومعتقداته ، وبث الخوف في الجنود وحثهم على الاستسلام والفرار والتقليل من شأن انتصاراتهم لبث روح التذمر والسخط بين الجنود.

العمليات النفسية ليست موضوعًا حديثًا، وإنما هو من قديم الأزل حيث تشير الدلائل إلى استخدام قدماء المصريين الفراعنة والإغريق اليونانيين لهذه العمليات، وكذلك الرسول ﷺ كوسيلة لنشر دعوة الإسلام.

من أهم أهداف العمليات النفسية:

أ - بث اليأس من النصر في نفوس القوات المعادية وخفض قوة العدو القتالية.

ب- تغيير الفكر والاتجاه والقيم والمعتقدات تغييرًا من شأنه أن يحقق الكسب لمن توجه له العمليات النفسية والخسارة لمن تمارس عليه.

ج - تشجيع أفراد القوات المعادية على الاستسلام.

د - زعزعة إيمان العدو بمبادئه وأهدافه.

هـ- إضعاف الجبهة الداخلية للعدو، وإحداث ثغرات داخلها.

و - إضعاف المعنويات، أي تحطيم الطاقات المادية والمعنوية للعدو.

ز - إرباك صانعي السياسة والقيادة العسكرية، وتوجه العمليات النفسية عادة للجماهير عسكريين ومدنيين.

ح- تفتيت وحدة الأمة وإحداث الفرقة بين صفوفها، وتشجيع بعض أطرافها وأعضائها على الخروج على ما تجمع عليه الغالبية.

ط- حشد الشعب وتوجيه الحقد والكراهية إلى العدو وتعبئة مشاعره.

ى- إقناع الشعب بعدالة القضية وتثبيت فكرة أننا لا شك منتصرون.

ك- تعزيز وتمكين الصداقة مع الشعوب الحليفة.

وسائل الإعلام المختلفة المسموعة والمرئية والمقروءة - وأخطرها تأثيرًا المسموعة (الإذاعة) لسهولة وصولها إلى أي مكان - إذا ما تم توظيفها بطريقة صحيحة فإنها يمكنها تحقيق كل أهداف العمليات النفسية سواء في وقت السلم أو الحرب.

وكان الألمان هم أصحاب الريادة في استخدام الإذاعة في العمليات النفسية؛ فقاموا بإطلاق محطات موجهة لأعدائهم أطلق عليها اسم (الإذاعات السرية) فهي إذاعات غير معلومة المصدر تقوم بتقديم البرامج الموجهة وتبث الدعاية المسمومة بمختلف اللغات.

وما زال اصطلاح «الإذاعة السرية» مستخدما حتى اليوم للدلالة على الإذاعات الموجهة لأغراض دعائية، وخلال الحرب العالمية الثانية حرمت الكثير من الحكومات الاستماع إلى الإذاعات المعادية واستطاعت التوصل إلى وسائل فعالة للتشويش على تلك الإذاعات.

وأصبح الأسلوب الأمثل للدعاية هو الأسلوب غير المباشر من خلال البرامج الجذابة، ومع وجود القنوات الفضائية والإنترنت أصبح من الصعوبة السيطرة على تدفق سبل المعلومات والمواد الإعلامية، وهناك منافسة شديدة بين الوسائل الإعلامية، فما زال هناك العديد من الإذاعات الموجهة بمختلف اللغات والتي تصل إلى مختلف شعوب الأرض وفق خطط إعلامية واضحة.

* * *

الفصل الثاني
دور الإعلام والعمليات النفسية في إدارة الصراع
(مثال تطبيقي حرب العراق ولبنان)

المبحث الأول:

دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب العراق.

المبحث الثاني:

دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان.

المبحث الثالث:

الدروس المستفادة من حربي العراق ولبنان.

* * *

الفصل الثاني

دور الإعلام والعمليات النفسية في إدارة الصراع

كانت حرب العراق الأخيرة مارس ٢٠٠٣ والعدوان الإسرائيلي الغاشم على لبنان أغسطس ٢٠٠٦ أبرز الأمثلة الحديثة لإدارة الصراع المسلح من خلال توظيف وسائل الإعلام المختلفة وطرق العمليات النفسية لتحقيق النصر.

تقوم الولايات المتحدة نفسها حاليًا بالقيام ببعض حملات الدعاية المضادة لها لدائرة الحملات النفسية عنها، وقد تكون غير صحيحة ودون توضيح أن مصدر هذه الأخبار أمريكا نفسها بهدف إلصاق مصدرها بجهات أخرى غير أمريكية للإيحاء بأن سياسات أمريكا تلقى قبولًا من أطراف أخرى.

وإيمانًا من الولايات المتحدة بأهمية الإعلام خصصت وزارة الدفاع الأمريكية ٤٠٠ مليون دولار لإدارة العمليات النفسية من خلال وسائل الإعلام بهدف دعم سياسات أمريكا الخارجية ولاسيما في شئون الشرق الأوسط، حيث تواجه بانتقادات واسعة نتيجة لازدواجية المعايير والكيل بمكيالين ودعمها الصارخ لإسرائيل وحربها العبثية في العراق وتداخلاتها المستمرة في الشئون الداخلية للدول العربية والإسلامية، وقد اعترفت أمريكا في حروبها الأخيرة بأن الإعلام أصبح أحد أهم طرق العمليات النفسية التي تحرص على توظيفها على أكمل وجه لتحقيق انتصاراتها في هذه الحروب.

وخلال هذا الفصل سوف نستعرض دور الإعلام والعمليات النفسية في إدارة الصراع من خلال التطبيق على حرب العراق ولبنان كالتالي:

أ - المبحث الأول:

دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب العراق.

ب- المبحث الثاني:

دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان.

ج- المبحث الثالث:

الدروس المستفادة من حربي العراق ولبنان.

د- خلاصة الفصل الثاني.

* * *

المبحث الأول
دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب العراق

الحرب على العراق لا تزال تدور رحاها ولم تحسم بعد باعتراف قادة أمريكا أنفسهم؛ فهي تعد الحرب الأولى في التاريخ التي تستفيد منها أمريكا من إستراتيجيتها الجديدة القائمة على العمليات النفسية والصدمات ، وعلى الرغم من أن كثيرًا من ملامح الخطة النفسية لهذه الحرب لم يكتشف بعد إلا أن هناك كثيرًا من الدلائل التي تشير إلى أهميتها وثقلها [1].

أكد معظم المحللين السياسيين والعسكريين أن هذه الحرب حرب نفسية إعلامية تستهدف بالدرجة الأولى النيل من معنويات الشعب العراقي على وجه الخصوص والشعوب العربية والإسلامية عمومًا ، وتسعى أيضًا لزعزعة ثقتهم بأنفسهم ومعتقداتهم وقدراتهم، فأمريكا استخدمت وسائل الإعلام لنشر المعلومات المضللة والأكاذيب عملًا بالمبدأ الذي وضعه الألماني «جوتن» أثناء الحرب العالمية الثانية والقائل: «اكذب اكذب ثم اكذب حتى تصبح الأكذوبة حقيقة»[2].

٩٦- يتم تهيئة الرأي العام وتعبئته نفسيًا من خلال وسائل الإعلام بهدف التدخل العسكري من خلال أربعة مراحل:

أ- المرحلة الأولية:

يتم فيها إظهار الدولة المعنية في الأخبار على اعتبار أنها سبب الاهتمام المتصاعد؛ سواء كان ذلك بسبب الفوضى الديكتاتورية، أو الفقر، أو ما شابه ذلك.

ب- مرحلة التبرير [3]:

فيها تتصاعد الأخبار لتوضيح أن هناك حاجة ملحة للتدخل العسكري لإعادة الأوضاع لطبيعتها بصورة سريعة.

---

(١) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ٦٧.

(٢) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٧٧.

(٣) ألفت أغا دور، الإعلام في الحرب على العراق "خريطة أزمة - ومستقبل أمة" تحرير حسن نافعة - نادية محمد مصطفى، القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ٢٠٠٣، ص ٣٠.

ج- مرحلة التنفيذ:

وفيها يظهر دور الرقابة والتحكم في وسائل الإعلام والتغطية الإعلامية.

د – مرحلة المابعد: أي العواقب، وفيها يتم إظهار أن الأمور بدأت تعود لطبيعتها.

ويمكن تقسيم العمليات النفسية التي تمت أثناء حرب العراق لثلاثة مراحل:

أ- العمليات على المستوى الإستراتيجي [(١)]:

تعود جذور العمليات النفسية في حرب الخليج الثالثة إلى ما قبل حرب الخليج الثانية منذ بدأت إدارة بوش الأب بحملة إعلامية وسياسية ونفسية ضد النظام العراقي، ثم اشتدت بعد الاجتياح العراقي للكويت، وتركزت جهود العمليات النفسية على المستوى الإستراتيجي على إقناع العالم بمدى الخطورة التي يشكلها العراق على السلم العالمي ، ثم جاءت أحداث الحادي عشر من سبتمبر، ولم تجد الإدارة الأمريكية حرجًا في الإفصاح عن أهدافها الإستراتيجية التي كانت قبل ذلك شبه سرية أو غير معلنة على الأقل؛ سواء في منطقة الشرق الأوسط، أو في باقي المناطق والأقاليم ؛ فاتخذت من أفغانستان المحطة الأولى في حملتها التي رتبت أولوياتها بحسب مصالحها الإستراتيجية وحجم التهديد وحجم قدرتها على إتمام مهمتها بأقل قدر من التكاليف أو الخسائر على نحو يخدم العمليات في المراحل اللاحقة.

ب- العمليات النفسية التعبوية (المستوى الميداني)[(٢)]:

نشطت الدبلوماسية الأمريكية في مجال تشويه صورة النظام العراقي، واستفادت من سيطرتها على كبريات وسائل الإعلام وعلى نفوذها داخل أروقة الأمم المتحدة وفي الأحلاف والمنظمات الدولية لتستصدر القرارات المتعلقة بنزع أسلحة الدمار الشامل العراقية، وكان للمعارضة العراقية في الخارج النصيب الأوفر من جهود الحملة النفسية Psychological Operations Campaign وأخذ نفوذ هذه الفئة يتنامى لكن على نطاق محدود ، كما أخذت قيادات هذه المعارضة تعد العدة لتولي مقاليد الحكم بعد صدام.

ج- العمليات النفسية الأمريكية:

لم يسمح للإعلاميين في هذه الحرب بالوصول إلى الحقيقة بحرية، وكانت التقارير

---

(١) مجلة الدفاع العربي الصادرة في ١/ ٦/ ٢٠٠٥، ص ٧٤.

(٢) مجلة الدفاع العربي، المرجع السابق، ص ٧٥.

الإخبارية تخضع للرقابة العسكرية المباشرة؛ أما اللقطات والصور التليفزيونية الملتقطة من الجو، فقد كانت تتولاها الطواقم العسكرية التابعة وقتئذ لكتائب العمليات النفسية والتي تعرف تداولاً باسم Psyops Battalions، وكان نتيجة ذلك وجود سوق سوداء للمعلومات بسبب احتكار هذه المعلومات.

وترى الباحثة: أن حرب العراق لم يشهد العالم حربًا مثلها في تاريخه، فلقد شهدت حربًا تكنولوجية وإعلامية لا تقل شراسة عن أي حرب، حيث تجلى فيها التفوق التكنولوجي عسكريًا كما تجلى إعلاميًا فلم نعرف حربًا بلغ فيها تشويه الإعلام وتزويره مثل الحد الذي بلغه في هذه الحرب، إذ وقع العبث بالرأي العام في كل مكان، وانتهكت حقوق الإنسان، التي طالما تدعي القوى العظمى أنها الراعية لها، ولكنها تفعل عكس ما تقول.

«إنها أول أوسع حرب تلفازية، عمد فيها (التلفاز المحارب) - بحسب وصف دوكلاس كليز - إلى تركيب أكبر عملية تضليل ودعاية لم تتعرض لها أمم العالم من قبل، وكانت أسطورة الحرب النظيفة والأسلحة الذكية تنقل ما يحدث من مآس في الحرب على أنها أشبه بلعبة البيسبول الأمريكية، تم فيها تغييب الوعي وتغليب المشاعر لصالح الماكينة الدعائية والعسكرية الغربية والأمريكية التي وجدت في هذه الحرب فرصتها لتصريف منتجاتها» [1].

إن التضليل الإعلامي للرأي العام ليس في حقيقته إلا تعبيرًا عن ظاهرة غسل الدماغ في مستواها الجماعي للإخلال بالنظام القيمي وإعادة ترتيب سلم الأولويات، وكانت عملية تشويه صورة العراق بأنه الخطر الذي يتهدد العالم، أوضح مثال على ذلك استثمرت أمريكا ذلك، حيث في تبرير الذعر الذي أصاب سكان نيويورك وعواصم أوروبية وعربية عديدة من مخاطر الصواريخ الكيماوية العراقية المزعومة [2].

أساليب التضليل الإعلامي:

أولًا: تشويه صورة العراق:

إن وسائل الإعلام التي سخرها الغرب لحملته على العراق كرست أقصى الطاقات

(١) حيدة مهدي سميسم: مرجع سبق ذكره، ص ١٩٢.
(٢) المرجع السابق، ص ١٩٥.

والإمكانات لتشويه الحقائق وإسباغ الشرعية والعدالة على حرب مدمرة ظالمة، وكان هدف التشويه الأساسي تجسيد صورة الشر العراقي [1].

وترى الباحثة: أن وسائل الإعلام صورت العراق بمثل كل الشرور في العالم التي تهدد الديمقراطية والحرية والإنسانية، ومن أبرز صور التشويه:

أ - التلويح بخطر ما أسمته بالتوسع العراقي ووجود مخططات عراقية لتقسيم الجزيرة العربية تشارك فيها دول عربية ، وسيطرة العراق على منابع النفط في الخليج بما يهدد مصير السلام ورفاهية أوروبا وأمريكا ، والادعاء بأن العراق يتحكم بأكثر من ٤٠٪ من الاحتياطي النفطي لإثارة الرأي العام العالمي، وذكر الكاتب جيمس اكنز: «أن استعمال مثل هذه الروايات الخرافية جرى بشكل متعمد من أجل تجزئة المنطقة والتوقف عن مساعدة الدول العربية الفقيرة، وذلك من خلال تقسيم العرب إلى عرب أغنياء طيبين وعرب فقراء شريرين، ومن جانب آخر وصف دخول العراق للكويت بأنه يمثل انقلابًا خطيرًا في ميزان الاقتصاد العالمي، وأن معدل البطالة في الولايات المتحدة قد ارتفع بسبب ذلك ووصل إلى أعلى معدلاته، فضلًا عن وضع أسواق الأسهم العالمية والبورصات لتأكيد حالة الضرر وتبرير شن العدوان وتهيئة الرأي العام العالمي لتقبل ذلك» [2].

ب- تضخيم حجم القوة العسكرية العراقية من خلال:

(١) التهويل في حجم القوات العسكرية في الكويت وأنها قد وصلت لمليون مقاتل ، وامتلاك العراق مخزونًا هائلًا من الأسلحة التقليدية وأسلحة التدمير الشامل، والتي تشكل خطرًا كبيرًا على القوات الأمريكية الموجودة في السعودية.

(٢) تضخيم فاعلية الإستراتيجية العسكرية العراقية ومرونتها في مواجهة القصف الجوي وسهولة التكيف مع التنقل لمواقع جديدة ، فقد كان هناك حرص من الجانب الأمريكي على إغفال معاناة العراقيين في ظل الهجوم وتجنب عرض المدنيين والمواقع التي تعرضت للقصف على شاشات التليفزيون ، والحرص كذلك على إبراز مساوئ الرئيس العراقي ونظامه بهدف تأييد التشدد الأمريكي حيال العراق وتبرير العمل العسكري ضدها [3].

---

(١) المرجع السابق، ص ١٩٦.

(٢) نفس المرجع السابق، ص ٢٠٠.

(٣) آمال كمال طه، صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم صحافة، ٢٠٠١، ص ٣٤١.

(٣) استخدمت الصحف أسلوب التكرار والتكييف بهدف تأصيل تصورات معينة تؤكد على وحشية النظام العراقي واستخدامه للأسلحة البيولوجية والكيميائية على المسجونين الإيرانيين كحقول تجارب لهذه الأسلحة، وإعدام النظام العراقي لمئات من المعتقلين السياسيين، ونشر قصص تشير إلى قيام الرئيس العراقي بأعمال تشويه للمواطنين العراقيين وبتر أعضاء من أجسادهم وأنه يعيش في رغد في ظل معاناة شعبه.

ثانيًا: أسطورة الحرب النظيفة:

أسطورة الحرب النظيفة والقصيرة كانت في إطار طرق الخداع المتبعة في الحملات النفسية الأمريكية ، فجزء من التقاليد الأمريكية السياسية والعسكرية هو الكذب ؛ فلقد حرص الأمريكان على إظهار هذه الحرب بأنها ستكون حربًا قصيرة وتنتهي خلال ٤٨ ساعة بهدف حشد وتأييد الرأي العام للخيار العسكري.

ثالثًا: النظام العالمي الجديد وتبرير شرعية الحرب[١]:

قام الرئيس الأمريكي جورج بوش بإطلاق بعض المعلومات المخادعة (المضللة)، منها: «النظام العالمي الجديد» والذي لا يعني سوى الهيمنة الأمريكية بعد انتهاء الحرب الباردة وانهيار الاتحاد السوفيتي، واتضحت هذه المعلومات المضللة جليًا بعد وقت العمليات العسكرية، واستمرار الحصار على العراق، وكان المطلوب من ذلك:

أ - تقديم الولايات المتحدة على أنها تمتلك الشرعية طبقًا لذلك.

ب- وهذه الشرعية تمنح الولايات المتحدة - بما منحها الله من ثروات وخيرات - حق إرشاد بقية العالم إلى السلام والاستقرار والعدالة الاجتماعية.

ج- أن ما تقوم به من حرب ضد العراق إنما هو لخدمة مصالح معظم الدول وليس من أجل النفط فحسب، ولكن من أجل السلام العالمي.

د - تحقيق الشرعية الدولية في إطار النظام العالمي الجديد، فإنه من الضروري إنهاء الاحتلال العراقي للكويت.

وكل ذلك جرى لتغييب الوعي وتغليب المشاعر لصالح الماكينة الدعائية والعسكرية

---

(١) حميدة سميسم: مرجع سبق ذكره، ص ٢٠٢.

الغربية والأمريكية التي وجدت في هذه الحرب فرصتها لتصريف منتجاتها [1].

العمليات النفسية التي تم اتباعها خلال حرب العراق من خلال وسائل الإعلام:

أ- قبل إصدار الرئيس الأمريكي جورج بوش أوامره للقوات الأمريكية بإطلاق قنابلها وقذائفها على العراق وفقًا لتقرير توماس هانكر وإريك شميث مراسل النيوز تايمز للشرق الأوسط بدأت هذه القوات هجومًا إعلاميًّا كاسحًا استخدمت فيه مستودعات من الأسلحة الإلكترونية والنفسية، وبدأ خبراء الاتصالات الفضائية شن حملة من الرسائل الإلكترونية موجهة إلى القيادات السياسية والعسكرية والاقتصادية العراقية تحثهم على التخلي عن صدام حسين ونظامه [2]، وصاحب العمليات العسكرية بالعراق حرب واسعة النطاق استخدمت فيها الوسائل كافة لتحريض الشعب العراقي والعناصر العسكرية لقلب الحكم، وذلك عن طريق طرح مشروعات عدة للتعاون مع الولايات المتحدة الأمريكية والمساندة المستقبلية، وشارك في هذه الحرب عناصر مخابراتية في الداخل تم تجنيدها وتدريبها على أعلى مستوى، بالإضافة إلى وسائل الإعلام المختلفة وإن كانت ضمن الاحتمالات في تفسير أسباب هذا السقوط السريع لبغداد.

ب- السبق والإحباط من خلال الإعلان الموقوت والفوري عن الخسائر في قوات التحالف (سقوط طائرة مروحية في جنوب الكويت - تصادم طائرتين) بما يحول من استغلالها من جانب العراقيين [3].

ج- بث الثقة في مصداقية التخطيط الأمريكي، من خلال:

(١) تحقيق التوازن بين القول والفعل (التصريحات والضربات الجوية والهجوم البري) مع الاستمرارية والملاحقة للأهداف المخاطبة.

(٢) تجسيد الثقة بالنفس وتعظيم القدرات والقوات الأمريكية كأعظم قوة في العالم لرفع الروح المعنوية للقوات والشعب الأمريكي في مقابل تخويف وقتل الروح المعنوية للقوات.

---

(١) المرجع السابق، ص ١٩٢.

(٢) منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص ٦٧.

(٣) مركز الشئون النفسية: تقرير متابعة، ص ١٠.

(٣) الضغط النفسي على الأهداف المخاطبة المتدرجة في النظام العراقي وهيئة قيادته: الحرس الجمهوري - قيادات وضباط وجنود القوات العراقية - رؤساء القبائل. من خلال تكثيف وتكرار الهجمات الجوية الليلية مع البدء في الهجوم النهاري في اليوم الثالث للحرب واستهداف أهداف ذات تأثير نفسي (قصور الرئاسة - مراكز ومصالح حكومية ورئاسية - وزارة الإعلام - مبنى الإذاعة والتليفزيون - مركز الاتصالات).

وترى الباحثة: أن كل هذه الوسائل كانت بهدف خلق حالة من القلق والتوتر والوصول إلى حالة من الإجهاد البدني والنفسي، بالإضافة لإرباك القيادة وخفض الروح المعنوية والإحساس بالعجز ، كما تم إطلاق اسم «الحرية للعراقيين» على هذه الحملة العسكرية مستغلين شعور بعض العراقيين بالكراهية تجاه النظام العراقي، وأهم أهداف هذه الحرب هو تخليص الشعب من هذا النظام الديكتاتوري.

(٤) الحملة العسكرية النفسية الأمريكية وجهت إلى كل من عناصر القوات المسلحة والمدنيين ودعتهم للعودة سالمين والاستسلام حتى لا يتعرضوا للقتال، والحملة ضد المدنيين كانت بهدف تقبلهم نظام الحكم ودفعهم للترحيب والتعاون مع القوات العسكرية التي ادعت أنها قادمة لتخليصهم من النظام الحاكم [(١)].

د - ترويج أن العراق قام بنقل ٢٥٠ صاروخًا من نوع صمود "٢" إلى الجنوب وهو على الأغلب سيقوم باستخدامها ضد قوات التحالف والدول المحيطة بعد أن يتم تزويدها برؤوس نووية أو كيميائية.

طرق العمليات النفسية:

الدعاية: استخدام الدعاية كأحد الأساليب المتبعة بهدف:

أ - إقناع الرأي العام العالمي بشرعية هذه الحرب وكسب تأييده للوقوف إلى جانبها بالحرب ضد العراق.

ب- إقناع شعبي الولايات المتحدة وبريطانيا بأهمية هذه الحرب وعدالتها.

ج- التأثير في معنويات الشعوب العربية لاسيما الشعب العراقي للقبول بهذه الحرب

---

(١) محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص ٧٠.

والوقوف إلى جانبها ضد النظام العراقي، وحكومتي الولايات المتحدة وبريطانيا عندما بدأت الحملة الإعلامية قبل وأثناء الحرب اعتقدت أنها تسيطر أو تملك وسائل الإعلام العالمية لتسييرها على النحو الذي تريده ونسيت أن كثيرًا من وسائل الإعلام والمحطات النظامية خارج نطاق سيطرتها.

د - ادعاء أمريكا وبريطانيا أنهما تنفذان الشرعية الدولية في هجومهما على العراق مع أنهما تخالفان الشرعية الدولية لكون هذه الحرب لم تحظ بموافقة مجلس الأمن [1].

هـ - الادعاء بأن المدن العراقية تسقط تحت سيطرة جيش الحلفاء وأن الأهالي يرحبون بهم، وأشارت الدلائل إلى كذب ادعائهم ، كما أظهرت الفضائيات حجم المقاومة العراقية على الصعيدين العسكري والمدني.

التهديد والوعيد:

أشارت الولايات المتحدة إلى إمكانية خوضها الحرب على ثلاث جبهات في آن واحد؛ بالإشارة للحملة الأمريكية على الإرهاب التي بدأت وما زالت في أفغانستان والحرب على العراق والنزاع المحتمل مع كوريا الشمالية، هذا بخلاف الإعلان كل يوم عن كفاءة وقدرات الأنواع المختلفة من الأسلحة والذخائر مثل الطائرات B1, B2, B52, F117 محملة بالأطنان من القنابل مثل الإعلان عن قنبلة «أم القنابل» التي تزن حوالي ٩.٥ طن [2].

التضليل والتشويش:

أ - الاتهامات الموجهة من وزير الخارجية كولن باول في خطابه أمام مجلس الأمن في الخامس من فبراير ٢٠٠٣، والذي قدم فيه صورًا وتسجيلات تؤكد من وجهة نظر الولايات المتحدة الأمريكية امتلاك العراق لأسلحة التدمير الشامل في إطار حملة تضليل.

ب- خلق حالة من البلبلة والارتباك لدى الرأي العام خاصة العربي بالتوظيف المتوازن للوسائل المسموعة والمرئية (إذاعات - قنوات فضائية) وقدرتها وفاعليتها في

---

(١) عماد الزغول: مرجع سبق ذكره، ص ١٨٠.

(٢) محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص ٧١.

التأثير على مشاعر واتجاهات الرأي العام وتكامل إجراءات الاحتواء لردود الفعل السلبية الصادرة إزاء بدء الحرب ضد العراق [1].

ج- استمرار بث وتوجيه نداءات بواسطة طائرات الكوماندوز بهدف تحريض القوات على الاستسلام والتخلي عن مواقع تمركزها مع بث مشاعر الخوف والقلق من مواجهة قوات التحالف.

السيطرة الإعلامية وتمثلت في:

أ - اعتقال أكثر من ألفين من الناشطين من دعاة السلام في الولايات المتحدة الأمريكية الذين عرضوا أفلام وتقارير إعلامية نزيهة.

ب- مصادرة ما أمكن من الأفلام والتقارير والمقالات والوثائق التي تفضح هذه الجرائم عبر نقاط التفتيش.

ج- حجب معلومات الكثير من مواقع الإنترنت المعادية للحرب وتدمير بعض هذه المواقع تحت حجة إرهاب الإرهاب وشل سرعة مواقع أخرى.

د - مراقبة البريد الإلكتروني ومصادرة ما يراد مصادرته وتوزيع رسائل إلكترونية عشوائية من عناوين مجهولة تخدم الخطط الأمريكية.

هـ-إرهاب الإعلاميين عن طريق إلقاء القنابل من الطائرات والمدفعية والصواريخ على محطات الإذاعة والتلفزيون الأرضية والفضائية العراقية وعلى وزارة الإعلام العراقية ومحاصرة الصحفيين.

و- فرض حصار على مصادر المعلومات التابعة لبريطانيا أو الولايات المتحدة الأمريكية، والاقتصار على توزيع الأخبار والمعلومات التي تخدم العدوان.

ز- الضغط على وسائل الإعلام العالمية والعربية لتفريق الإعلاميين المتعاطفين مع العراق والمحايدين وإعطاء مساحات للمتعاونين.

ح- تسريح الصحفيين الأمريكيين المحايدين؛ لأنهم نشروا حقائق غير منحازة، ودبلجة الإعلام بالمزج بين منطقة وأخرى اعتمادًا على تشابه التضاريس ولاسيما في الصحراء، حيث ينعدم التمييز بين منطقة وأخرى، ويتم القيام بعمليات إنزال عسكرية في

---

(1) مركز الشئون النفسية: تقرير المتابعة، ص ١٢.

العمق للتصوير التليفزيوني تحت مظلة من القصف الجوي والصاروخي لتأمين القائمين بعمليات الإنزال ومرافقيهم من الإعلاميين، وتبث الأفلام توعية عسكرية تؤدي إلى ضعف سيطرة القيادة على عناصره المنتشرة في أماكن بعيدة لاسيما المدن المحاصرة.

ط- استغلال بعض رجال الدين الشيعة بفتاوى رمادية مما أثر على معنويات قسم كبير من الشيعة في العراق.

ى - هذا بالإضافة إلى الوسائل المخططة للعمل النفسي[1] (محطة سوا - الإذاعات الموجهة - صوت العراق الحر...) ورصد توظيفها للإذاعة العراقية كأكثر الوسائل قدرة على الانتشار والوصول إلى الشعب العراقي والجمهور المخاطب للحملة.

ك- استخدام أجهزة الإعاقة والتشويش على وسائل وإمكانيات الجانب العراقي مع السيطرة على ترددات الإذاعة والتليفزيون «تليفزيون الشباب» وبث برامجه الموجهة على نفس الترددات باللغة العربية.

ل- استخدام البريد الإلكتروني في مخاطبة القادة العراقين وحثهم على الاستسلام.

م- توظيف القنوات الفضائية العربية مع الإذاعات ومكبرات الصوت لإذاعة مواد وموضوعات العمل النفسي المعادي خاصة في تسريب الشائعات وعرض حجم وطبيعة القدرات والإمكانيات العسكرية لقوات التحالف في مواجهة الضغط النفسي وإمكانية الجانب العراقي (تفتيت القوة والعزيمة وتأكيد مصداقية الدوافع الأمريكية في التحرك ضد العراق في ظل الانقسامات الأوروبية).

حملات الشائعات[2]:

من أكثر الأساليب التي وظفت من طرفي الصراع، حيث بلغ إجمالي الشائعات المرصودة ٤٥ شائعة، وكان من أبرزها بالنسبة للجانب الأمريكي:

أ- التضارب في أنباء استسلام واستيلاء قوات التحالف على شبه جزيرة الفاو - ميناء وقرية أم القصر.

ب- التمرد الشعبي في عدد من المدن الشيعية ورغبة عدد كبير من الجنود العراقين في الاستسلام.

---

(١) مركز الشئون النفسية: تقرير المتابعة، ص ١٤.

(٢) المرجع السابق، ص ٤.

ج- استسلام أعداد كبيرة من الجنود العراقيين وإصابة ومقتل عدد من رموز الحكم في النظام العراقي.

د- اكتشاف مخابئ مواد تستخدم في تصنيع أسلحة الدمار الشامل.

هـ- الولايات المتحدة تختبر أم القنابل (مواب).

و- مجندون عراقيون يقتلون ضابطهم للاستسلام في شبه جزيرة الفاو.

ز- العراقيون يستخدمون أجهزة ومعدات شوشرة على الطائرات والصواريخ.

وعلى الجانب العراقي كانت أبرز الشائعات:

أ- قيام القوات الأمريكية بقتل الأطفال والنساء والرجال المدنيين المستسلمين.

ب- إسقاط أعداد كبيرة من الصواريخ الأمريكية وطائرات الهليكوبتر (آباتشي) بأسلحة خفيفة وبدائية.

ج- اشتراك إسرائيل من خلال أفراد القوات الأمريكية من مزدوجي الجنسية.

د- استخدام أمريكا لصواريخ صناعة إسرائيلية.

هـ- أن الله مع العراق (عواصف - أمطار - سقوط طائرات وتدمير دبابات).

المنشورات:

أ- أسقط الجانب الأمريكي ٨ ملايين منشور داخل العراق على مدن يبعد بعضها ٦٥ ميلًا فقط إلى الجنوب من بغداد، وتركز مضمونها في توجيه إنذارات موجهة إلى العاملين في السلاح الجوي بأن خنادقهم ستدمر إذا أطلقوا نيرانهم على طائرات قوات التحالف، ووجهت إنذارات أكثر تحديدًا للقوات البرية العراقية قائلة لجنودها «استسلموا وانعموا بالحياة»(١).

ب- بلغ إجمالي المنشورات المسقطة على العراق ٢٢ منشورًا منذ الحرب وحتى الآن(٢).

ج- يلاحظ تدني مستوى صياغة الرسائل على المنشورات منذ إطلاقها في المرحلة

---

(١) محمد منير حجاب: الحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١٩٥.

(٢) مركز الشئون النفسية: تقرير المتابعة، ص ٤.

التحضيرية وحتى الآن وهو من أهم أسباب قصورها وعدم نجاحها الكامل في التأثير على الأفراد.

وترى الباحثة: أن جميع هذه المنشورات كانت تهدف لخلق حالة من البلبلة والارتباك لدى الرأي العام وخاصة العربي بالتوظيف المتوازن للوسائل المسموعة والمرئية (إذاعات - قنوات فضائية) وقدرتها وفاعليتها في التأثير على مشاعر واتجاهات الرأي العام، وتكامل إجراءات الاحتواء لردود الفعل السلبية الصادرة إزاء بدء الحرب ضد العراق.

في هذه الحرب شاهدنا مباراة لتصريحات متكررة ومتناقضة من قبل الساسة والعسكريين الأمريكان والبريطانيين، بعض التصريحات التي تدحض زيف مثل هذه التصريحات[1]:

أ- التصريح مرارًا بأن الهدف من الحرب على العراق هو: **تحرير الشعب العراقي وتحقيق الديمقراطية في العراق والعالم العربي**، بما يعود بالنفع على هذه الشعوب، بينما الهدف الرئيسي هو تحقيق مصالح هاتين الدولتين، ومن أهمها: السيطرة على نفط دول الخليج ، والعمل على إعادة رسم خريطة المنطقة ، وذلك كما صرح وزير الخارجية الأمريكية وقتها كولن باول ، بالإضافة إلى الحفاظ على أمن وسلامة إسرائيل.

ب- انطلاق دعوة الرئيس الأمريكي بوش والترحيب البريطاني بها والمتمثلة **بإقامة دولة فلسطينية من خلال إحياء ما يسمى بخارطة الطريق**، وذلك من أجل كسب الرأي العالمي العام وتخدير الشعوب العربية، والحقيقة أن هذه المقولة انطلقت من أجل ضمان سكوت الأنظمة والشعوب العربية، حيث إن هذه الدعوة انطلقت إبان غزو أمريكا لأفغانستان، ثم سرعان ما اختفت بعد تحقيق أمريكا لأهدافها في أفغانستان.

ج- **إزالة أسلحة الدمار الشامل من العراق**، ونلاحظ بطلان هذا الشعار؛ لأنهم لم يعطوا المفتشين الدوليين الفرصة الكافية للتأكد من خلو العراق من هذه الأسلحة ، وهذا ما جاء على لسان كبير المفتشين «هانز بليكس» كما أنهم قصفوا العراق بمثل هذه الأسلحة.

د - **تخليص العراق والمنطقة العربية من الحكم الديكتاتوري** المتمثل في حزب البعث

---

(١) عماد الزغول: مرجع سبق ذكره، ص ١٧٨.

بزعامة صدام حسين، والواقع أنهم من المؤيدين للأنظمة الديكتاتورية في العالم العربي ضمانًا لتحقيق أهدافهم وحماية مصالحهم.

هـ- القضاء على الإرهاب؛ لأن العراق على علاقة وطيدة ببعض الجماعات والتنظيمات الإرهابية، وفي الواقع أنها حجة واهية كان يراد منها الالتفاف حول قرارات مجلس الأمن السابقة المتعلقة بالحرب على الإرهاب[1].

و- في الأسابيع الأولى من العدوان كثيرًا ما تم التصريح عبر وسائل الإعلام من قبل هؤلاء الساسة بأن القوات المتحالفة تحقق نجاحات العمليات العسكرية وأن الخطة تسير كما أريد لها، والواقع كان عكس ذلك صورة وصوتًا كما تم نقله عبر الفضائيات؛ إذ سرعان ما وجد المشاهد أخبارًا تناقض ما تم الإعلان عنه، وفي الحقيقة أنهم كانوا يريدون النيل من معنويات الشعب العراقي وتعزيز ورفع المعنويات لدى قواتهم وشعوبهم من جهة أخرى ، والواقع أن أمريكا وبريطانيا لم تحققا الانتصار على العراق بسبب القدرات العسكرية، وإنما بسبب الخيانة التي حدثت في صفوف الحرس الجمهوري.

ز- ورد على لسان بوش أن ٨٠٪ من الدول والشعوب العربية يريدون التخلص من حكومة صدام، ولكن واقع الحال عكس ذلك، فهناك العديد من الدول العربية شهد احتجاجات ضد الحرب العدوانية على العراق، كما ظهرت في الكويت أصوات معارضة لهذه الحرب.

ح- في الوقت الذي بدأ فيه الأمريكيون والبريطانيون عرض صور لمن يدعون أنهم أسرى من الجانب العراقي، نجد أنهم استشاطوا غضبًا وجن جنونهم عندما عرض التليفزيون العراقي صورًا لقتلاهم وأسراهم، وأخذوا يتبجحون بأن هذا مخالف لحقوق الإنسان وفيه انتهاك لمعاهدة جنيف الخاصة بمعاملة الأسرى، ولكنهم نسوا أنهم أول من خالف هذه المعاهدة ولم يعيروها أي انتباه في معاملتهم للأسرى العرب والمسلمين في أفغانستان، والذين لا زالوا يقبعون في ظروف مهينة في معتقل «جوانتانامو»[2].

ط- كثيرًا ما تردد أن الحرب ستكون قصيرة ولن تدوم طويلًا ولن يتم تعريض حياة المدنيين للخطر، ولكن الواقع ينافي ذلك؛ لأن هذه القوات استخدمت أعنف الأسلحة

---

(١) المرجع السابق، ص ١٧٥.

(٢) عماد الزغول: مرجع سبق ذكره، ص ١٧٩.

من صواريخ كروز وتوماهوك والقنابل الذكية والعنقودية والبساطية ولم تميز فيها بين المنشآت العسكرية وبين المدنيين، وبدا ذلك واضحًا من خلال ما بثته وسائل الإعلام من القتلى المدنيين والتدمير الكبير للمنازل والمساجد.

ى- كثيرًا ما تردد أن القوات المتحالفة ومعداتها العسكرية لم تتعرض إلى أي أذى، وأن الطائرات تقوم بتنفيذ مهامها وتعود إلى قواعدها سالمة وليس هناك أية خسائر في صفوف قواتهم أو معداتهم، ولكن وسائل الإعلام قامت بفضح زيفهم وتضليلهم من خلال ما عرضته من صور للأسرى والقتلى.

ك- تردد في بداية الحملة أن هناك العديد من الدول يزيد عددها عن أربعين دولة تؤيد الولايات المتحدة وبريطانيا في حربها على العراق، وواقع الحال أنها دويلات لا وزن لها جرى ضمان وقوفها إلى جانب أمريكا وبريطانيا عبر وسائل التهديد.

ل- تردد أن العراق يشكل تهديدًا للدول المجاورة، كما تردد على ألسنتهم أن العراق يهدد أمن وسلامة الولايات المتحدة الأمريكية، والواقع أن العراق بعد حرب الخليج الثانية بدأ يتطلع إلى بناء العراق من جديد ولم يكن في نيته أية أطماع خارجية.

إجراءات الاحتواء:

بقدر عنف وشراسة الحملات النفسية الأمريكية وردود أفعالها تأتي إجراءات التحكم والاحتواء للدول المتورطة في الحرب.

الجانب العراقي:

أ - رصد الرئيس العراقي مكافآت مالية ضخمة لإسقاط طائرات التحالف (أسرى - قتلى) لرفع الروح المعنوية والاستثارة العاطفية لمشاعر واتجاهات الشعب.

ب- اتباع أساليب التفنيد المباشر، من خلال إجهاض الشائعات المتتالية خاصة شائعات إصابة صدام ومصرع نجله قصي، أو مصرع وإصابة الرموز السياسية والعسكرية، من خلال تأكيد السيطرة على الأمور وظهور صدام حسين أكثر من مرة في لقاءات مع قيادات عسكرية بحضور قصي مع امتداح أدائهم (تحفيز ورفع معنويات)[1].

ج- تعظيم الخسائر الأمريكية البريطانية بالإعلان عن إحراز بعض النتائج الإيجابية،

---

(١) مركز الشئون النفسية: تقرير متابعة، ص ٨.

مثل: (إسقاط مقاتلات - طائرات - إصابة دبابات - قتل وأسر عدد من الجنود والطيارين الأمريكيين والبريطانيين).

د - الإصرار على إضاءة المدينة ليلًا وأثناء الغارات الجوية والصاروخية للتقليل من أهمية القصف وخسائره وحفاظًا على الروح المعنوية.

هـ- تعمد إظهار صور القتلى والمصابين (الخسائر البشرية) لكلا طرفي الصراع بشكل يثير ويحرك مشاعر وانفعالات الرأي العام.

و- اعتماد المخطط العراقي في إجراءات احتوائه على العامل الديني في خطابه الموجه سواء للشعب والقوات العراقية أو الرأي العام العربي والإسلامي لضمان التأثير وسرعة نقل رسائله إلى هذه الأهداف تزامن انطلاق المآذن بالتكبير والدعاء وقراءة القرآن مع بدء الغارات الجوية الصاروخية.

ز- اتسام كافة تصريحات رموز الحكم بالانفعالية وعدم ضبط النفس وهو ما يبرز بشكل واضح في استخدام بعض الألفاظ والشتائم والتعبيرات والإسقاطات التي تحمل دلالات نفسية تفضح مشاعره الحقيقية (المجرم - الأرعن - الكلب...إلخ).

ح- تعد الطرق والأساليب المستخدمة في تناول قوات التحالف والتي تأخذ شكل حرب العصابات واحدة من أهم الأساليب (العمل / الحركة) والتي تستهدف إرباك الخصم وإحداث أكبر خسائر نفسية بين أفراده خاصة (الخوف - الإجهاد والقلق) مع التوسع في استخدام الخداع (لبس معدني - لبس مشابه لملابس قوات التحالف).

الإجراءات الأمريكية:

أ - تصريح وزير الدفاع الأمريكي بأن الجيش الأمريكي أقوى وأعظم الجيوش في العالم وتجسيد ونشر أسطورة المقاتل النموذجي على مقاتلي قوات التحالف (ثقة عالية بالنفس - تقدير الذات).

ب- التفنيد المستمر لكافة المعلومات والبيانات التي يتم إصدارها من الجانب العراقي ومحاولة إحباطها.

ج - احتواء الآثار النفسية التي نتجت عن قيام أحد جنود القوات الأمريكية بالهجوم على الفرقة ١٠١ بالكويت ومقتل وإصابة ١٣ من زملائه من خلال الإعلان عنه وتوظيفه في إطار حملتها النفسية.

د - استمرار وتكثيف حملات التأمين والتوعية ضد الهجمات الإرهابية لاحتواء سبق وإحباط محاولة التأثير على القرار الأمريكي.

ومما سبق يتضح لنا أن الولايات المتحدة الأمريكية أعدت جيدًا لهذه الحرب حتى قبل بدء العمليات العسكرية من خلال استخدام الإذاعة الموجهة باللغة العربية «إذاعة سوا» التي تبث الأغاني العربية والأجنبية التي يطلبها الشباب إلى جانب نشرات إخبارية متصلة بصورة تمهد العقل العربي ليكون جزءًا من الثقافة الأمريكية.

وأطلقت حملتها الدعائية المصاحبة للحرب تحت مسمى «كسب العقول والقلوب» بمعنى أنها تسعى إلى كسب عقول وقلوب العراقيين إلى جانبها بدعوى أنها جاءت لتحرير الشعب العراقي من نظام صدام حسين الديكتاتوري كما أنها تستميل عقول قلوب الأمريكيين وتؤكد أنها تحارب من أجل البشرية والإنسانية [1].

الإجراءات الإسرائيلية:

تركز على احتواء الآثار النفسية الناتجة عن تنامي الشعور بالخوف والقلق من احتمالات استخدام النظام العراقي للأسلحة الكيماوية ضد بعض الأهداف الإسرائيلية والمتمثلة في إنشاء إذاعة صامتة لا تبث إلا في حالة الحاجة لتوجيه تعليمات إلى السكان، وتكثيف إجراءات التوعية بكيفية مواجهة الهجمات الكيماوية والصواريخ العراقية في حالة حدوثها.

إجراءات الدول العربية:

تم اتباع أسلوب «فرض الصمت» حول تطورات الأحداث مع فرض القيود على المظاهرات والمسيرات الخاصة بالتعبير عن الرأي العام وتأمين المصالح الأمريكية والبريطانية من غضب واستياء الرأي العام، وفي مقابل إطلاق العنان للقنوات الفضائية لنقل الأحداث وتطوراتها دون دراسة لأبعاد تأثيرها فضلًا على الصحف المعارضة في بعض الدول العربية وتجاوزاتها التي تحرض على الإغارة وأعمال الشغب.

وترى الباحثة: أن كلا من الإعلام الأمريكي والعراقي نجحا في خلط المفاهيم لكسب التعاطف الدولي والرأي العام الشعبي، وكان التركيز على إزاحة النظام العراقي

---

(١) ألفت أغا: مرجع سبق ذكره، ص ص ٣٠٩ - ٣١٠.

وتدمير إمكانياته من أسلحة الدمار الشامل التي يهدد بها العالم، بينما في واقع الأمر كانت له أهدافًا اقتصادية وسياسية وأمنية وثقافية أخرى ، أما الجانب العراقي فتركزت دعوته على الوقوف مع العراق ورفض الحرب والاحتلال الأجنبي، وانقسم العالم بين دول مؤيدة، وأخرى رافضة للحرب.

وقد لعبت الإمكانيات الإعلامية للولايات المتحدة دورها في الحصول على التفوق الإعلامي، من حيث: الكم، والتفوق التكنولوجي، والقدرة على الإعلام اللحظي المباشر، والاعتماد على بعض الشبكات التليفزيونية والإذاعية وبعض الصحف والمراكز البحثية دون غيرها للدعاية السياسية الأمريكية، مع فرض قيود أو عدم التعامل مع الوسائل الأخرى، بالإضافة إلى الصحافة المقروءة على الإنترنت والبريد الإلكتروني وعدد من وكالات الأنباء، واستغلت الولايات المتحدة بعض وسائل الإعلام للدول المتحالفة والمتعاونة خاصة بريطانيا وإسرائيل وبعض وسائل الإعلام العربية وعملًا بمبدأ الاحتراف الإعلامي استخدمت شركات إعلامية أمريكية كبرى لتنظيم الحملات الإعلامية في الداخل والخارج [١].

* * *

(١) عبد الرحمن الهواري: «إستراتيجية الإعلام في حرب الخليج الثالثة»، ندوة إستراتيجية بهيئة البحوث العسكرية، يونيو ٢٠٠٤.

المبحث الثاني
دور الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان

حرب لبنان أو حرب الثلاثين يومًا أثبتت أن الإنسان أقوى من الطائرة والدبابة وأقوى من الغطرسة، وهذه القوة مستمدة أولًا من إرادة الحياة، وثانيًا تثبت أن العقل البشري هو الذي يصنع السلاح وليس العكس، والإيمان سلاح أشد شراسة من الصواريخ؛ سواء كان الإيمان بالله أو بالحق أو بالحرية، وأثبتت أن إسرائيل لن تتمكن من البقاء طويلًا في مواقع الاحتلال، وبرغم تفوقها العسكري الهائل فهي في حقيقة الأمر دولة خائفة، وشعبها لا ينام ملء جفنيه، وسوف يبقى كذلك إلى أن تذبل قوته وينتهي جبروته، ولولا هذه الكمية الهائلة من الخوف ما لجأت إسرائيل إلى تدمير بلد بكامله وقطاع بكامله بذلك مخالفة بذلك كل قواعد الحروب على مدى التاريخ باستثناء هولاكو.

حرب لبنان أثبتت بما لا يدع مجالًا للشك أن أمريكا هي إسرائيل، وإذا كان العدو الذي يقاتلنا هو الجيش الإسرائيلي والحكومة الإسرائيلية فهو أيضًا الإدارة الأمريكية، وخصوصًا إدارة بوش التي اكتشفت بعد أن دفعت أثمانًا غالية جدًّا في العراق وأفغانستان - وقبلها في أمريكا الجنوبية وفي كوريا وفيتنام - أنها دولة قوية وجبارة، ولكنها لم تحقق نصرًا واحدًا منذ خمسين عامًا، بل لقد حققت إداراتها المتعاقبة مزيدًا من الكراهية وغياب الأمل في الشرق والغرب والعرب والصين والروس وأفريقيا وسائر مناطق الأرض، وإذا أتيح لشعوب العالم أن تدلي بصوتها حول محبة أو كراهية الإدارة الأمريكية فلا شك أن صوت الكراهية سيفوق بدرجات صوت المحبة [١].

حرب لبنان كانت حرب عصابات، هذه الحرب أثبتت للمرة الأولى في تاريخ الصراع العربي الإسرائيلي أن حرب العصابات تؤذي إسرائيل أضعاف أضعاف الحروب النظامية، خصوصًا أن أمريكا تعمل منذ خمسين عامًا على تسليح إسرائيل بحيث تصبح أقوى قوة نظامية في الشرق الأوسط، وخاضت إسرائيل منذ حرب ٤٨ حتى اليوم ثمان حروب مجتمعة وانغلبت في معظمها، وفي جنوب لبنان أثبت عشرون أو ثلاثون ألفًا من رجال حرب العصابات مزودين بشبكة محكمة من الصواريخ والسلاح الفردي الفعال أنهم قادرون ليس على دحر إسرائيل ورميها في البحر فقط، بل على تحطيم أسطورة الجيش

---

(١) جريدة الأهرام ١٤/٨/٢٠٠٦، مقالة: إسرائيل تنتصر اليوم . فيصل أبو خضر.

الذي لا يقهر، وتحقيق مستوى طموحاته التوسعية، ولو قدر للدول العربية المحيطة بإسرائيل أو الراغبة بمواجهتها أن تملك مقاتلين من نوع مقاتلي حزب الله مزودين بشبكة صواريخ فاعلة فمن المؤكد أن جغرافية الشرق الأوسط سوف تتغير.

إسرائيل اكتشفت أنها جسد غريب يعيش في موطن ليس موطنها وفي مجتمع ليس مجتمعها وفي ثقافة ليست ثقافتها وفي ماء ليس ماءها، وفي حربها على لبنان وفلسطين تأكدت أن المحيط الذي تعيش فيه لن يتآخى معها أبدًا، وأن السلاح الذي تحمله على ظهرها ولا تحيد عنه لن يقوى على إرغام الجسم العربي والمحيط العربي على احتضانها؛ ولذلك نراها تضرب بالطائرات وتهدم وتدمر من جهة، ثم تحاول أن تقترب من العرب من الجهة الأخرى فتزعم أنها تريد السلام والعيش بأمان جنب إلى جنب معهم.

لم تدخر لبنان وسعًا في أثناء حربها ضد إسرائيل في استعمال الأساليب العلمية الحديثة، من خلال المعرفة الإعلامية التكنولوجية وتحديث البنى القتالية للمقاومة بما يتلاءم مع طبيعة العدوان وأساليبه، كما أنها لم تترك للصدفة مجالًا ولا للتواكل والقدرية، حيث تحول الإيمان إلى طاقة إبداعية وابتكارية تستند إلى الإرادة الفردية والجماعية البشرية لتحقيق الأهداف والغايات الوطنية، وقد أجهضت عبر المقاومة مشروع الشرق الأوسط الجديد، وفتحت باب الأمل في قدرة شعوب المنطقة على تقرير مصيرها بمفردها ورفض الوصاية الإسرائيلية الأمريكية تحت كافة المسميات وكشفت لنا نحن العرب عن مكمن القوة في وجودنا[1].

الخطوط والأهداف لمسار الحملة الإعلامية من الجانبين:

أولًا: من جانب إسرائيل وتركزت حول[2]:

أ- أن إسرائيل مصممة على القضاء على حزب الله وإخلاء الجنوب اللبناني من كافة العناصر المقاومة التابعة له.

ب- القدرة العسكرية الإسرائيلية هي الوسيلة الرئيسية للضغط على لبنان، لإجباره على اتخاذ قرارات سياسية محددة، تنهي دور حزب الله على الساحة اللبنانية، ومن ثم

---

(١) جريدة الأهرام: مقالة مدرسة جديدة في المقاومة لـد. عبد العليم محمد، بتاريخ ٢٠٠٦/٨/١٤، ص ٢٢.

(٢) عبد الرحمن الهواري - الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان - دراسة بحثية - إدارة الشئون المعنوية - وزارة الدفاع ٢٠٠٦/٩/١٣، ص ٢.

حاولت إسرائيل إبراز تلك القدرة من خلال الهجمات الجوية المستمرة وعلى مدى الـ ٢٤ ساعة والقصف البحري وعمليات الإغارة في العمق.

ج- أهداف الحرب النفسية التي تولى الإعلام الإسرائيلي نشرها تحددت في تحميل حزب الله مسئولية تصعيد هذه الحرب ، وتعريض الشعب اللبناني لكافة المخاطر التي تعرض لها ، وأن إسرائيل انسحبت من كافة الأراضي اللبنانية في مايو ٢٠٠٠ ، تنفيذًا للقرار (٤٢٥) وأنها لم تعتد على أحد.

د - ركز الإعلام الإسرائيلي والإعلام الأمريكي المؤيد له على الآتي:

(١) وصف حزب الله بأنه منظمة إرهابية وتهدد الأمن والسلم الدوليين بمنطقة الشرق الأوسط، وأنها تعمل بالوكالة لصالح كل من سوريا وإيران.

(٢) اتهام سوريا وإيران بأنهما وراء إمداد حزب الله بالأسلحة والمعدات العسكرية.

(٣) اتهام حزب الله بالقصف العشوائي ضد الشعب الإسرائيلي ، وبما يهدد أمن الدولة العبرية.

ثانيًا: الخطوط والأهداف لمسار الحملة الإعلامية من جانب كل من حزب الله ولبنان:

وكان على مرحلتين:

أ - المرحلة الأولى: بهدف إبراز شرعية قيامه بالرد على إسرائيل ، وتبرير موقفه أمام الرأي العام اللبناني والعربي، وفيها نفذ الآتي:

(١) التركيز على الدعاية لقدرات حزب الله عند نشوب القتال البري والقدرة على هزيمة إسرائيل بريًا إذا حاولت اختراق الأراضي اللبنانية.

(٢) إظهار الوحشية في استخدام إسرائيل للقوة غير المبررة لتدمير البنية التحتية اللبنانية (طرق - كباري - جسور - شبكات كهرباء - شبكات مياه وغيرها) ، علاوة على تدمير قرى الجنوب اللبناني وقصف المطارات والموانى اللبنانية.

(٣) إبراز الدور الأمريكي المؤيد تمامًا لكل أعمال العنف والتدمير الذي تقوم به الآلة العسكرية الإسرائيلية والتي حصلت على معظمها من الولايات المتحدة.

ب- المرحلة الثانية:

بدأت منذ لحظة العدوان الإسرائيلي على قانا وارتكاب مذبحة ضد اللبنانيين ، حيث أدى ذلك إلى مزيد من الانتقاد لإسرائيل ، وقد استغل حزب الله هذا الموقف في تحويل خطابه الإعلامي إلى معركة العرب ، والدفاع عن شرف لبنان ، وأنه يقوم بإيقاع هزيمة بإسرائيل لم تحدث في كل تاريخها.

الآليات المستخدمة بالحملة الإعلامية[1] :

أولًا: من جانب إسرائيل:

الردع النفسي من خلال استعراض القوة العسكرية والإعلان من وقت لآخر عن تعبئة جديدة لأفراد جيش الدفاع الإسرائيلي، وهو إحدى آليات تلك الحملة التي قصد منها توضيح إمكانيات القوات الإسرائيلية في حسم هذه الحرب بالسرعة التي تريدها وأن نجاحها في تحقيق أهدافها السياسية، من خلال القضاء على قدرات حزب الله هو أمر مؤكد، ومن ثم تتطابق آليات الإعلام مع الآليات السياسية.

ثانيًا: من جانب حزب الله ولبنان بصفة عامة:

اعتمد حزب الله على سعي القنوات التليفزيونية الفضائية والصحافة العربية والعالمية في البحث عن الحقائق العربية والعالمية، وقد حدد حزب الله رئيسه الشيخ حسن نصر الله كمتحدث وحيد باسم الحزب، وينقل عنه كل ما يخطط تنفيذه على المستوى العربي والعالمي، واستخدام قناة المنار كوسيلة رئيسية لبث أهداف الحزب، كما اعتمد على:

أ - وسائل الإعلام اللبنانية وبعض وسائل الإعلام العربية في تفعيل دور الآليات المدعمة للحملة الإعلامية المناهضة لإسرائيل.

ب- التأكيد على مصداقية قوات حزب الله من خلال إمكانية تحقيق نجاحات كبيرة في تنفيذها لعملياته مثل: ضرب قطعة بحرية إسرائيلية - إسقاط بعض المروحيات الإسرائيلية.

ج- استخدام تصريحات بعض المسئولين اللبنانيين العرب ، وكذا تصريحات أمين عام حزب الله ، بحيث تكون هي الأساس في المعلومات التي تخرج من لبنان ومن وسائل الإعلام المختلفة.

---

(١) عبد الرحمن الهواري - المرجع السابق، ص ٥.

د - دعم العديد من الفضائيات العربية لدور حزب الله وأنشطته القتالية من خلال الحرب غير النظامية في مواجهة أقوى الجيوش المسلحة بكافة الأسلحة المتقدمة.

الوسائل الإعلامية التي استخدمت في حرب لبنان:

أولًا: من جانب إسرائيل:

(١) التليفزيون: اختصت بعض الشبكات التليفزيونية والأمريكية لنقل الأخبار عن إسرائيل، ووفرت هذه الشبكات مساحة إعلامية كبيرة للدعاية السياسية والعسكرية لإسرائيل، ومن أبرزها مؤسسات "FOX NEWS -NBC - ABC - CBC - CNN".

(٢) الإذاعة (إذاعة سوا SWA): حيث شارك عدد من الشبكات الموجهة، مثل: راديو سوا "SWA" في الوقوف بجانب إسرائيل، وفي التأكيد على حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها.

(٣) الصحافة الأمريكية: كان من أبرز الصحف التي شاركت في الحملة الإعلامية إلى جانب إسرائيل «الواشنطن بوست - النيويورك تايمز - الواشنطن تايم - شيكاغو تربيون - كرستيان ساينس مونيتور».

ثانيًا: وسائل الإعلام اللبنانية بما فيها حزب الله والوسائل العربية الداعمة له:

(١) التليفزيون: اختص التليفزيون اللبناني ومحطة المستقبل وباقي الشبكات التليفزيونية اللبنانية بنقل الأخبار العسكرية وإبراز التدمير الذي أحدثه القصف الجوي الإسرائيلي.

(٢) تليفزيون المنار:

وقد تركز على أخبار حزب الله وصموده أمام هجمات جيش الدفاع الإسرائيلي.

(٣) شبكات الأخبار العربية: مثل شبكة الجزيرة والشبكة العربية ركزت على دعم لبنان بموقفها من العدوان الإسرائيلي على شعب لبنان.

الإستراتيجيات الإعلامية في الحرب على لبنان:

أولًا: الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية: وتأسست على:

(١) إضفاء الشرعية على الحرب ومشروعيتها، من حيث إنها دفاع عن الشعب الإسرائيلي وأمنه.

(٢) إسرائيل ليست البادئة بالحرب، وإنما قامت بالرد على العدوان من جانب حزب الله الممثل داخل الحكومة اللبنانية.

(٣) استقطاب الولايات المتحدة والدول العربية في دعم السياسات الإسرائيلية في حربها ضد حزب الله.

(٤) التركيز على أن حزب الله منظمة إرهابية، تهدد الاستقرار في المنطقة، وتعمل لحساب دول أخرى، مثل: سوريا وإيران.

(٥) التبرير للاستخدام المفرط ضد لبنان بأنه دفاع عن النفس ، وأن قصف القرى بالجنوب اللبناني إنما هو نتيجة لوجود قواعد حزب الله داخل هذه القرى، وأنه يستغل المدنيين كدروع بشرية لتحقيق أمنه وأهدافه.

(٦) محاولة إقناع الدول العربية بأن حزب الله هو السبب وراء كافة الأزمات التي تقع على حدود إسرائيل الشمالية، وأن إسرائيل نفذت القرار (٤٢٥٩) بانسحابها من الجنوب اللبناني).

(٧) تكثيف الإعلام الإسرائيلي لاستصدار قرار من مجلس الأمن يحقق لإسرائيل بالوسائل الدبلوماسية ما لم تستطع تحقيقه بالوسائل العسكرية، وإيجاد منطقة عازلة بها قوات دولية بالجنوب اللبناني (شمال نهر الليطاني).

(٨) الإيحاء بأن صواريخ حزب الله تدمر القرى والمدن الإسرائيلية وهو ما لم يحدث، حيث ضعف تأثير هذه الصواريخ.

(٩) التأكيد على قدرة إسرائيل لهزيمة أي قوة تتعارض مع أهدافها، وأنها توجه آلتها العسكرية ضد المعتدي دون توسيع مسرح القتال ؛ وذلك فهي لم توجه ضربات إلى سوريا واقتصرت فقط على حزب الله.

(١٠) مخاطبة الشعب الإسرائيلي نفسه لتبرير عجز الجيش عن إيقاف صواريخ حزب الله.

وترى الباحثة: أن الهدف الإستراتيجي الإعلامي لإسرائيل قد تركز في الحصول على تأييد وتعاطف الرأي العام الغربي والأمريكي ومساندته في الحرب ضد لبنان ، وبث الثقة في القوات الإسرائيلية وقدرتها على إنجاز المهام المكلفة بها ، ومن ثم امتزجت الإستراتيجية الإعلامية بالدعاية والعمليات النفسية ، من خلال الدعاية بأن الحرب إنما هي من أجل الدفاع عن النفس ومن أجل تحرير لبنان من أكبر منظمة إرهابية تعمل لتنفيذ السياسة السورية والإيرانية.

ثانيًا: الإستراتيجية الإعلامية لحزب الله ولبنان: وركزت على عدة محاور:

(١) استقطاب الشعب اللبناني والشعوب العربية لصالح حزب الله، واعتباره المدافع عن التراب اللبناني والكرامة العربية في مواجهة العدوان الإسرائيلي غير المبرر.

(٢) تحرك الإعلام اللبناني والإعلام الخاص بحزب الله من أجل إبراز أن إسرئيل تستهدف تدمير لبنان وشعبه وقتل المدنيين العزل والأطفال والنساء والشيوخ، ومن ثم تشويه سمعتها على المستوى الدولي.

(٣) إبراز النجاحات التي حققها حزب الله في المواجهة مع جيش الدفاع الإسرائيلي، لرفع معنويات الشعب اللبناني والشعب العربي، وهو ما نجح فيه حزب الله من خلال تكتل رأي عام شعبي على المستوى العربي مناصر لحسن نصر الله.

(٤) الدعاية لكشف الأكاذيب الإسرائيلية وكشف الحقائق والرد على الدعاية الإسرائيلية.

(٥) تكاتف الشعب اللبناني في مواجهة العدوان الإسرائيلي والتأكيد على أنه يريد تدمير الشعب اللبناني ككل وليس حزب الله فقط.

(٦) وقد قام رئيس الحزب بإجراءين مهمين هما:

(أ) الاعتذار للشعب اللبناني من منطلق: «أنه لو يعلم ماذا سيحدث من رد إسرائيلي مفرط للقوة، لما قرر تنفيذ عملية أسر الجنديين».

(ب) إقرار صرف تعويضات للمتضررين من اللبنانيين نتيجة للقصف الإسرائيلي (دون أن يحدد المصدر الذي سيوفر له حجم التعويضات المطلوبة والتي قد تصل إلى عدة مليارات من الدولارات).

العمليات النفسية في الأزمة اللبنانية (الوعد الصادق):

أولًا: على الجانب الإسرائيلي [١]:

(١) التأكيد على العلاقة بين الإرهاب الدولي وبعض الدول العربية والإسلامية (سوريا - فلسطين - إيران)، كذا الحركات الإسلامية (القاعدة - حماس - الإخوان المسلمين) وتحميلها مسئولية أعمال العنف.

---

(١) مركز الشئون النفسية: (العمليات النفسية في الحرب اللبنانية والإسرائيلية الوعد الصادق)- تقرير متابعة ٢٠٠٦ ص ٢.

(٢) تأجيج الخلافات وبث الفرقة بين التركيبات العرقية والدينية في المجتمع اللبناني بما يعمل على خلق حالة من عدم الاتزان الاجتماعي الداخلي.

(٣) استثارة وتحريض النخب الفكرية والدينية على والتقليل من قدرات حزب الله وتقزيمها ، ومدى تأثيره السياسي والعسكري على دوائر صنع القرار في لبنان.

(٤) تهيئة الظروف الإقليمية والمحلية في لبنان إلى قبول التفاوض المباشر مع إسرائيل وفرض شروطها.

(٥) احتواء الآثار النفسية السلبية لدى الرأي العام الإسرائيلي والمتمحور حول تنامي مشاعر التوتر - الخوف والقلق والناجم عن:

(أ) التصاعد غير المتوقع في حجم الخسائر البشرية (قتلى / جرحى) والمادية (تدمير مباني - تراجع السياحة - البطالة) الناجم عن الضربات الصاروخية للمدن والمستوطنات الإسرائيلية.

(ب) الانخفاض الملحوظ في مستوى الروح المعنوية لدى أفراد القوات المسلحة والشعب الإسرائيلي، وتراجع مصداقية الإعلام والدعاية العسكرية.

ثانيًا: أما على الجانب اللبناني وحزب الله [١]:

(١) ترسيخ القناعة بعدم نجاح إسرائيل في تحقيق أهدافها ضد لبنان، خاصة فيما يتعلق بوحدة وتماسك المقومات العرقية والدينية.

(٢) التشكيك في نوايا إسرائيل ومدى التزامها بتنفيذ بنود القرار (١٧٠١).

(٣) استثارة الرأي العام العربي والإسلامي وتفعيل أدواته لإجبار إسرائيل على رفع الحصار وتنفيذ قرارات المجتمع الدولي.

(٤) احتواء وإزالة الآثار النفسية السلبية التي خلفتها العمليات العسكرية لأفراد الجنوب اللبناني (إيواء - إعاشة - مياه - كهرباء - صحة.... إلخ).

(٥) دعم السياسة القومية لوحدة الدولة اللبنانية والحفاظ على هيبتها من خلال خلق حالة من التوازن بين دعم ما يحققه حزب الله من نتائج على الأرض وبين شرعية ووحدة مؤسسات الدولة [٢].

---

(١) المرجع السابق، ص ٤.

(٢) المرجع السابق ، ص٥.

الرسائل والأساليب النفسية:

أولًا: من الجانب الإسرائيلي:

(١) خروج إسرائيل من الحرب منتصرة عسكريًا وسياسيًا (تبرير – تعظيم قدرات).

(٢) لا خطوط حمراء أمام إسرائيل لتحقيق أهدافها وستلاحق حزب الله في كل مكان وزمان (ضغط نفسي – تهديد).

(٣) إسرائيل مازال لديها من القدرات التكنولوجية العالية التي تمكنها من تحقيق أهدافها تحت كافة الظروف وعوامل التأثير (تهديد - تخويف).

(٤) الرأي العام الإسرائيلي بكافة مستوياته حتى الأطفال يدعمون قرارات الإدارة الإسرائيلية (تنشئة أطفال إسرائيل على كراهية العرب والمسلمين).

(٥) استمرار الضغوط النفسية والتهديدات الإسرائيلية ستكون مستمرة لحين تسليم المختطفين الإسرائيليين بدون شروط وتوقيع اتفاق سلام مع لبنان.

(٦) حزب الله يمجد ضحاياه فقط كشهداء للأمة ككل، وهو ما يؤكد على اعتبار الحزب دولة مستقلة داخل دولة أخرى (تحريض – دق أسافين).

(٧) الحجم الكبير من الخسائر البشرية والمادية في البنية الأساسية في لبنان يرجع أساسًا إلى لجوء حسن نصر الله لاستخدام الأفراد اللبنانيين ومنازلهم كدروع بشرية لعناصر وسلاح الحزب (تشكيك – استثارة – تأليب).

ثانيًا: من الجانب اللبناني / حزب الله:

اتفاق وتأكيد كل من الإدارة اللبنانية وحزب الله على أنه وبالرغم من كل شيء فإن هناك وحدة وطنية في لبنان، وذلك من خلال الرسائل النفسية التالية:

(١) حزب الله يدرك جيدًا أهداف إسرائيل وأمريكا لدق الأسافين والوقيعة بين طوائف المجتمع اللبناني وسيجهض هذه المحاولات (تفنيد - سبق وإحباط).

(٢) ما حققه حزب الله من انتصارات في عملياته العسكرية يعادل بل يتجاوز أي نصر عربي سابق على إسرائيل (خداع - إيحاء - تعظيم قدرات ونتائج).

(٣) حزب الله ما زال يحتفظ بالكثير من القدرات العسكرية والمادية التي تمكنه من

الرد على إسرائيل في حالة عدم التزامها بالقرار (١٧٠١) وتنفيذ بنوده (تهديد – تعظيم قدرات).

(٤) هدف حزب الله الحالي هو سرعة إعادة البناء والعودة واحتواء تداعيات ما حدث تحقيقًا لمصداقية شعار عملية الوعد الصادق (تقارب – صداقة).

(٥) الحزب صادق في توجهاته نحو السعي لإيجاد حلول عادلة وسلمية لأزمة الشرق الأوسط عامة واللبنانية بصفة خاصة (تقارب – صداقة – تقليل من أهمية الموضوع).

(٦) انتشار النكات والشائعات بين اتجاهات الرأي العام اللبناني ما هو إلا تداعيات وتفريغ للشحنات العاطفية والانفعالية (سخرية – تهكم).

خصائص ومبادئ الحملات النفسية:

اتسمت هذه الحملات بالخصائص الرئيسية التالية [١]:

(١) عدم مراعاة هذه الحملات للسياسة القومية للدولة (لبنان)، مما أدى إلى ارتكازه على الاعتماد على استخدام القوى العسكرية وتقليل اعتماده على القوى السياسية والحزبية.

(٢) تركز دعمها بالكامل لسياسات وإستراتيجية حزب الله وأمينه العام وتنسيقها وتزامنها مع تطورات تصاعد الأزمة والصراع، مما أدى إلى المصداقية وسرعة وصول الرسائل إلى أهدافها المخاطبة.

(٣) توفير المعلومات الدقيقة والموثقة عن القوات والمنشآت المدنية الإسرائيلية واكتشاف وتحديد نقاط التعرض والضعف، والذي أدى إلى تحديد جيد للهدف النفسي والأهداف المخاطبة الإسرائيلية.

(٤) رصد وتحليل مضمون الحملات النفسية الإسرائيلية وتفنيدها ودحض مضمونها في التوقيت المناسب، مما يؤكد على مصداقية موضوعاتها.

(٥) اعتبار الحملات النفسية للحزب جزءا أساسيًا من أعمال القصف الصاروخي – الكمائن والهجمات – على القوات الإسرائيلية.

(٦) التوظيف الأمثل لوسائل الاتصال المتوفرة والمتابعة لعمل رسائل الحملات

---

(١) المرجع السابق، ص ٧.

النفسية (قناة المنار - جريدة النور - القنوات الفضائية والصحف اللبنانية - وسائل الإعلام والدعاية العربية المؤيدة للحزب).

(٧) الاستغلال الجيد للحاجات الأساسية والدوافع النفسية خاصة حاجات الأمن - الخوف من الموت - تقدير وتحقيق الذات في التأثير على الأهداف المخاطبة (سكان شمال إسرائيل) وإجبارها على الاختفاء - النزوح والتشكيك.

(٨) تميزها بصفة الاستمرارية، حيث رصد في هذا المجال:

(أ) بدء حملات حزب الله عن قواته وتسليح الحزب قبل تصاعد الموقف بوقت طويل سواء الإعلان عن امتلاك الحزب لصواريخ بأنواع متعددة - طائرات موجهة بدون طيار.

(ب) التدريب المستمر والراقي لعناصر وقوات الحزب وبث الاستعراضات العسكرية لهذه الوحدات على القنوات الفضائية.

(ج) التذكير المستمر بانتصارات الحزب التي أجبرت إسرائيل على الانسحاب من الجنوب اللبناني عام ٢٠٠٠.

(د) استمرار التهديد عقب توقف القتال بقدرات الحزب التي مازال يحتفظ بها وأن كل ما استخدمه لا يمثل سوى ١٠٪ فقط من قواته.

الطرق والوسائل النفسية [١]:

أولًا: على الجانب الإسرائيلي:

(١) استمرار استخدام طرق العمل (ACT) على الرغم من توقف إطلاق النار الذي أبرزه (عمليات الإبرار - تحليق الطائرات والاختراقات الجوية).

(٢) تكثيف عمليات إسقاط المنشورات على المدن والقرى اللبنانية والذي حقق نتائج إيجابية ساعدت على سرعة إخلاء المدن والقرى والتي كان من خصائصها:

(أ) بلغ إجمالي المنشورات المرصود توزيعها من ١٥ - ٢٠ مليون منشور.

(ب) تضمنت ٥ - ٦ أنواع (إعلام - تهديد - دق أسافين - تخويف - تهكم وسخرية).

---

(١) المرجع السابق، ص ١٠.

(ج) استهدف مضمون رسائلها أساسًا إخلاء المدن والتحريض على عدم التعاون مع حزب الله – التهكم والسخرية من حسن نصر الله.

(د) استخدام الطائرات الهيل في إلقاء المنشورات وتوزيعها وتصل إمكانية الطائرة إلى إلقاء من ١٥٠ – ٢٠٠ ألف منشور لكل طلعة.

(هـ) استخدام الورق الأبيض / أصفر / زهري (A4 1/2 A4 - A4) والحبر الأسود – رسوم كاريكاتورية بخطوط حادة لضمان سرعة ووضوح الهدف والرسالة.

(و) ترجح المعلومات السابقة أن إعداد هذه المنشورات كان يتم أثناء العمليات العسكرية وليس قبلها.

(٣) التوسع في إعداد ونشر التحقيقات والموضوعات الصحفية التي تعتمد على أساليب التبرير والإسقاط لنتائج العمليات العسكرية وإعادة تأهيل الرأي العام الإسرائيلي واحتواء التداعيات النفسية.

(٤) استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في نقل موضوعات الحملة إلى الأهداف المخاطبة (التليفونات المنزلية –المحمولة – البريد الإلكتروني – رسائل SMS).

(٥) صياغة رسائل تخويف وتهكم وكتابتها على الأنواع المختلفة من الذخائر المستخدمة في قصف المدن والأهداف اللبنانية.

(٦) تكثيف حملة العلاقات العامة الإسرائيلية للترويج لأهدافها وإقناع الرأي العام الأمريكي والأوروبي خاصة بعدالة القضية الإسرائيلية ودعمها في الحرب على الإرهاب الدولي، وذلك من خلال:

(أ) سلسلة الزيارات الخارجية لوزيرة الخارجية الإسرائيلية.

(ب) زيارة كوفي أنان لإسرائيل ودول المنطقة.

(ج) زيارة خافيير سولانا الممثل الأعلى للسياسات الخارجية والأمنية في الاتحاد إلى لبنان.

(د) الزيارة الفاشلة لرئيس الوزراء البريطاني «توني بلير» لبيروت.

(٧) استغلال القنوات الفضائية الإسرائيلية والأوروبية والأمريكية لبث رسائلها

الإخبارية (إعلامية) وبرامجها الدعائية التي تركز على أساليب التقارب - الصداقة - تعظيم القدرات - التهديد من قوى توسع المد الإسلامي.

(٨) استمرار توظيف المحطات الإذاعية؛ سواء الناطقة باللغة العربية الموجهة للعالم العربي (رمادية) أو للمحطات التابعة لجيش الدفاع الإسرائيلي وأفرعه المختلفة.

ثانيًا: وعلى الجانب اللبناني/ حزب الله:

(١) التوسع في استخدام القنوات الفضائية سواء التابعة للحزب (قناة المنار) أو القنوات المحلية خاصة (الكوثر - المستقبل - NTV - تلي لوميار الدينية التابعة للكنيسة الكاثوليكية - LBC) أو القنوات الإخبارية المعايشة بشكل جاد ومُرضٍ لتطورات العمليات خاصة قناتي (الجزيرة والعربية).

(٢) تقوية البث الإذاعي للمحطة التابعة لحزب الله (إذاعة النور) واستغلالها في بث الرسائل؛ سواء للسكان المحليين - وحدات وعناصر حزب الله - أو للسكان اليهود في مدن ومستوطنات الشمال الإسرائيلي.

(٣) استخدام الوسائل المقروءة (الصحف) بأنواعها وتوجهاتها المختلفة، سواء التابعة للحزب، أو المحلية اللبنانية، أو الإقليمية في نشر رسائل الحزب وتغذية كتابها ومفكريها بموضوعات ذات تأثير إيجابي وداعم لتوجيهات وأهداف حزب الله.

(٤) السرعة في تفنيد وإحباط الشائعات والدعاية الإسرائيلية المعادية على الظهور المتكرر لحسن نصر الله على قناتي المنار التابعة لحزب الله أو قناة الجزيرة، وذلك بهدف:

(أ) التفنيد المتزامن لتطورات الأزمة والسبق والإحباط في نقل رسائلها والتأكيد على مصداقيتها.

(ب) ترسيخ الصورة الذهنية لحسن نصر الله كرمز وكاريزما زعامة عربية إسلامية جديدة قادرة على تحقيق أهداف الأمة.

أساليب العمليات النفسية التي تم اتباعها في حرب لبنان:

أ- حدوث هطول أمطار من الصواريخ على رءوس سكان لبنان، حيث قامت طائرات سلاح الطيران بإسقاط مئات الآلاف من الصفحات البيضاء على أرض الأرز تحمل توقيع دولة إسرائيل.

ب- دعوة الجيش الإسرائيلي في معظم المنشورات [1] التي كانت تلقى -تقريبًا كل يوم- السكان إلى ترك منازلهم خوفًا من أن يستخدمهم رجال حزب الله دروعًا بشرية، ولكن الجيش الإسرائيلي كان يفضل في حالات أخرى التحدث إلى السكان المحليين، بهدف إقناع السكان اللبنانيين عن طريق استخدام الحرب النفسية، وتتمثل الطريقة في توجيه دعوة مباشرة لمن يرغب في الإدلاء بمعلومات عن حزب الله أو استخدام رسوم كاريكاتيرية ساخرة.

ج- تتوجه إسرائيل في أحد هذه المنشورات إلى الجمهور اللبناني تطلب منه الإدلاء بمعلومات من شأنها أن تساعدها في حربها ضد حزب الله، وقد أطلق على حزب الله الشيعي في هذا المنشور «جرح في القلب» حتى أن إسرائيل عرضت خلاله دفع مقابل مادي لمن يتعاون معها، كما عرضت رسومًا كاريكاتيرية تظهر في أحدها أفعى تشبه نصر الله تختفي تحت الأرض ويتلقى الآخرون النار بدلًا منها، يقول عنوان هذ الرسم باندهاش: «المقاومة تحمي الوطن»، والإجابة «الوطن ضحية المقاومة» وفي رسم كاريكاتيري آخر يجلس الرئيس السوري بشار الأسد ونظيره الإيراني أحمدي نجاد وخالد مشعل في شكل دائري ويعزفون الناي، وإذا بحية من نوع الكوبرى تخرج من القدر الذي أمامهم على صورة حسن نصر الله، وتتوجه الحيه وتسألهم كيف يمكنني خدمتكم ؟ وفي رسم ثالث تظهر خريطة لبيروت عليها أفعى سوداء وخطيرة وعنوان يقول: «من الأمام صديق ومن الخلف أفعى».

د- التأكيد على الدور الإيراني لحزب الله [2] وتجنب عناوين «الوطن ضحية المقاومة» فمثل هذه العناوين تخلق عداء ونفورًا من جانب الجمهور المستهدف؛ لأن اللبنانيين يعتبرون المقاومة (حزب الله) رمزًا لتدمير المسيحيين منهم، لأنها حررت لبنان، ومن ثم يجب أن تحول اهتمامهم من أن حزب الله يستغل أسطورة المقاومة المقدسة من أجل تدميرهم.

هـ- تستميل المنشورات سكان لبنان ولا تؤدي إلى تفتيت كامل للشعب اللبناني وقيادة حزب الله ، ففي الوقت الذي يهاجم فيه رموزهم وأساطيرهم فإنهم لا يقبلون

---

(١) جاكي جوكي (معاريف) مختارات إسرائيلية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، سبتمبر ٢٠٠٦.

(٢) المرجع السابق، ص٥٣.

ذلك ويرفضونه باشمئزاز، ولكن عندما تثني عليهم فإنك بذلك تستميل قلوبهم.

و- إظهار حزب الله بأنه المعتدي الذي جلب على اللبنانيين الحرب، وأن حسن نصر الله اتخذ قرارًا فرديًّا لا يوافق عليه غالبية اللبنانيين ، فإبراز هذه الرسالة ستؤدي إلى عزلة ، فمن الذي بدأ هذه الحرب ؟ «البادي أظلم» لقد خرجنا من لبنان ورغم ذلك جاء العدوان من الجانب الآخر.

ز- منشورات تدعو سكان لبنان إلى الإدلاء بمعلومات عن نصر الله، فليس من المهم أن يقوم اللبنانيون بالإدلاء بمعلومات عن نصر الله، بل إن مجرد احتمال حدوث ذلك يمكنه أن يشكل ضغطًا على حزب الله.

ح- الإعلان عن حوافز مغرية لمن يكشف عن مكان المواقع العسكرية المحصنة أو الوعد بالحماية من قصف سلاح الطيران لمن يدلي بمعلومات عن أماكن إخفاء الصواريخ، فكما قال عالم الاجتماع الفرنسي جاك ألوك: «الرسالة الإعلامية الجديدة هي التي يجب أن تحفز المستهدف على العمل».

ط- تنظيم حملة جباية طارئة لحساب إسرائيل حيث قرر اتحاد الجاليات اليهودية في الولايات المتحدة مؤخرًا جمع ٣٠٠مليون دولار كمساعدة طارئة لإسرائيل، وستساهم نيويورك المدينة التي يوجد بها أكبر عدد من اليهود في الولايات المتحدة، وكذلك اليهود ميسورو الحال بستة ملايين دولار من حجم التبرعات [١].

ى- نشر وسائل الإعلام في نيويورك إعلانات تنادي بالتبرع «إسرائيل في حاجة لمساعدتكم الآن» عنوان كبير في إعلان نشر في صحيفة نيويورك تايمز يشجع المتبرعين يعدونهم بأن ١٠٠٪ من حجم التبرعات ستصل مباشرة إلى ضحايا العنف ولن تنفق في إجراءات إدارية مختلفة.

ك- وخلال العدوان الإسرائيلي على لبنان تمكنت المقاومة الإسلامية من ابتكار [٢] مبادئ جديدة في المقاومة، حيث استطاعت أن تجمع في آن واحد بين أساليب القتال المستوحاة من الحروب التقليدية مثل تلك الأساليب التي تنتمي لحروب العصابات، فقد امتلكت المقاومة قدرة هجومية صاروخية قادرة على تهديد العمق الإسرائيلي وفي الوقت

---

(١) المرجع السابق، ص ٦١.

(٢) عبد العليم محمد، مدرسة جديدة في المقاومة، مقال جريدة الأهرام، ١٤ أغسطس ٢٠٠٦.

ذاته تخلت عن الجغرافيا والقواعد الثابتة وبقيت في ميدان المعركة في الخطوط الأمامية والخلفية وحولت المواقع التي أعلن العدو السيطرة عليها واحتلالها إلى مواقع اشتباك استنزفت قوات العدو ومدرعاته طيلة هذه الأسابيع .

ل- تمكنت المقاومة بذلك ، ورغم الخلل الواضح في ميزان القوى من بناء توازن للرعب مع إسرائيل عبر قدرتها على إلحاق الضرر والهلع بالعمق الإسرائيلي في الشمال وتهديد المدن البعيدة بالصواريخ، ولم تتمكن إسرائيل رغم تفوقها التكنولوجي والعسكري من تدمير منصات إطلاق الصواريخ أو اعتراضها، وظلت هذه الصواريخ تنهمر بمعدلات تتناسب طرديًا مع تأكيد العدو إضعاف قدرة المقاومة على إطلاق الصواريخ، محدثة بذلك حالة من الهلع والخوف والحياة في المخابئ والملاجئ في شمال إسرائيل فضلًا عن كساد الموسم السياحي في التهجير.

م- هذا وقد أكد تقرير فينوجراد الصادر في مايو ٢٠٠٧م بشأن الحرب في لبنان بأن الحكومة والقيادة العسكرية غير مسئولة عن الأخطاء التي وقعت في هذه الحرب، ومن ثم فهذا التقرير يحمل حكومة أولمرت كافة هذه الأخطاء ومن ثم يمكن اللجوء إلى انتخابات مبكرة داخل إسرائيل، وهناك رأي عام في إسرائيل ينادي بإقالة كل من أولمرت وبيرتس وزير الدفاع، كما أكد أن حزب الله قد نجح في إحداث خلل داخل المجتمع الإسرائيلي خاصة بين الحكومة والشعب، مما يؤكد على نجاح حزب الله في إحراج القيادة العسكرية الإسرائيلية، ولكن يجب أن نضع في الاعتبار أن هناك أصواتًا داخلية داخل إسرائيل تنادي بتصحيح حرب لبنان بحرب أخرى لتمحو عنها هذه الأخطاء ولتؤكد أن جيش الدفاع جيش لا يقهر.

وترى الباحثة: أن حرب لبنان أشبه ما تكون بحرب العصابات وليست حرب نظامية، وأنها لم تحقق الأهداف المرجوة منها ، فإسرائيل لم تستطع تحقيق نصر سواء على المدى القريب أو البعيد حتى لو دمرت لبنان كلها، كما أنها غير قادرة على ضمان أمن أعداد كبيرة من سكان الجبهة الداخلية وستجد صعوبة في تقليل حجم الأضرار الجسيمة والمعنوية التي لحقت وستلحق بها في أسرع وقت، وهذه الحرب إنما هي بمثابة إعلان لانهيار الأيديولوجية الإسرائيلية.

* * *

المبحث الثالث
الدروس المستفادة من حربي العراق ولبنان

كان الإعلام أداة رئيسية من أدوات إدارة الصراع وخاصة في حربي الخليج الثالثة وحرب لبنان نتيجة للثورة المعلوماتية الهائلة والتقدم السريع والمتلاحق في هذا المجال، وأثبتت هذه الحرب زيف السياسة الأمريكية في الشرق الأوسط، وأظهرت تحيزها السافر لإسرائيل وازدواجية المعايير والكيل بمكيالين، تكمن خطورة الحرب الإعلامية فيما تحدثه من تضليل متعمد للمتلقي بغرض تحقيق أهداف معينة غير معلنة، ويتضح هذا في الإعلام الأمريكي الذي يروج فقط للأفكار التي تخدم المصالح الأمريكية والإسرائيلية.

إظهار أمريكا لاستطلاعات الرأي الأمريكية التي تبين أن الأغلبية تؤيد الحرب سواء في العراق أو في لبنان، مع وجود تعتيم إعلامي لا يظهر الحقيقة الكاملة أمام الشعب الأمريكي، تحذير سوريا وإيران من مخاطر تقديم أي مساعدات عسكرية للعراق أو للبنان، وهذا نوع من الردع الوقائي، وهو رسالة موجهة لجميع الدول العربية كنوع من الترهيب والتخويف.

فقدت وسائل الإعلام الأمريكية مصداقيتها وموضوعيتها ورسالتها التي كانت تؤكد على أنها «البحث عن الحقيقة» ، فلقد تحول المراسلون إلى أبواق للعسكريين الأمريكيين والبريطانيين، فهم يبثون فقط ما يملى عليهم في المؤتمرات الصحفية أو خارجها ويتم فصل من يخرج عن هذا الخط.

ولخطورة تأثير الإعلام على الشعوب سواء في أوقات السلم أو الحرب أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية «البنتاجون» وحدة رد سريع للتصدي لانتقادات وسائل الإعلام المختلفة، وتتشابه مهامها مع مهام وحدة العلاقات العامة الجديدة بالبنتاجون إلا أن مسئولي وزارة الدفاع نفوا أن يكون تصاعد حدة الانتقادات لحرب العراق وراء إنشاء هذه الوحدة، وتتكون من:

أ - الإعلام الجديد لإعداد منتجات وتوزيع معلومات للإنترنت والمواقع الإلكترونية.

ب- التعامل مع دوائر الإعلام على مدار ٢٤ ساعة جميع أيام الأسبوع منها الخطابات الموجهة لرؤساء التحرير، وتنشر البنتاجون حاليًا تلك الرسائل على موقعها الإلكتروني إثر عزوف الكثير من الهيئات الإعلامية عن نشر تلك الخطابات.

حرب العراق:

من أهم النتائج التي توصلنا إليها هي أن أمريكا كان لديها تخطيط إستراتيجي مسبق قبل الحرب بفترة، «فلقد وضعت إستراتيجيتها الإعلامية مع بداية عام ٢٠٠٢ بعد اتخاذ القرار السياسي بالحرب على العراق، وشمل التخطيط جميع مراحل الحرب خلال المهلة التحضيرية وأثناء إدارة العملية ومرحلة ما بعد الحرب، وغطى التخطيط جميع دوائر الاهتمام داخليًا وخارجيًا، من خلال الارتباط بدوائر الاهتمام والفئات المخاطبة والرسالة الإعلامية المطلوب توصيلها لتحقيق هدف معين»[(١)].

وأبرز ما تميز به الإعلام الأمريكي هو المرونة والمناورة بالرسائل الإعلامية ارتباطًا بمتغيرات الموقف الإستراتيجي السياسي والسياسي العسكري وقياسات الرأي عن ردود الأفعال، وذلك في إطار ما يطلق عليه تكامل الحلقة الإعلامية في دائرة التخطيط الإعلامي، ومن أمثلة ذلك: المناورة بالرسائل الإعلامية الموجهة إلى تركيا في يناير/ فبراير ٢٠٠٣ للترغيب والتهديد لتعديل موقفها من الحرب.

خلال المرحلة التحضيرية للحرب:

كان يهدف لكسب «تعاطف الرأي العام الداخلي والخارجي لتأييد السياسية الأمريكية، وتعددت المهام الإستراتيجية لتغطي دوائر الاهتمام في اتجاه الرأي العام الأمريكي والقوات المسلحة الأمريكية وفي اتجاه دول أوروبا وآسيا والدول العربية بما فيها العراق وإيران وتركيا، والدعاية لعدالة الحرب الأمريكية.

مرحلة إدارة العملية:

«تركز حول الإنهاك المتعمد للعراق، وإضعاف حالة المقاومة، وحث المجتمع الدولي على المشاركة في الحرب، وتم تحقيقه من خلال مجموعة من المهام الإستراتيجية الإعلامية لدعم الروح المعنوية للشعب والجيش الأمريكي وتوجيهها للعراق بما يحقق سرعة سقوط النظام العراقي، وإضعاف المقاومة العراقية، وكسب تعاطف الرأي العام الدولي والعربي بما يحقق عزل العراق والدول المناهضة للحرب خاصة فرنسا وألمانيا وسوريا وإيران.

وترى الباحثة أن الدور الإعلامي الأساسي كان له دور مهم ورئيسي في تسهيل

---

(١) عبد الرحمن الهواري: إستراتيجية الإعلام في حرب الخليج الثالثة، مرجع سبق ذكره، ص ٤.

الاستيلاء على بغداد بالتعاون مع نشاط المخابرات والعمليات النفسية خلال الفترة من ٦ – ٩ أبريل ٢٠٠٣.

مرحلة ما بعد الحرب:

تتركز في تجميل صورة الاحتلال الأمريكي للعراق وكسب ولاء وتعاطف الشعب العراقي والدعاية لبناء عراق جديد على النمط الأمريكي.

وتركزت الدعاية لتغيير الهوية وإبراز الدور الأمريكي في العراق على المسار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والأمني مع دعم إجراءات احتواء المقاومة [١].

وترى الباحثة: أن هذه المرحلة لم تنتهي وإنها مستمرة حتى الآن، ونجد عند استمرار تصاعد المقاومة العراقية يتم تكثيف الدعاية لاحتواء المقاومة، وعندما يتصاعد الرأي العام العراقي المناهض للاحتلال تتصاعد معها الرسائل الإعلامية لتجميل صورة الاحتلال وضرورة استمراره لفرض الأمن الداخلي، وعندما تصاعدت قضية الوثائق المزورة التي تدين العراق بسعيها لامتلاك اليورانيوم المخصب فظهرت الرسائل الإعلامية الموجهة لتبرير الحرب على العراق في إطار مكافحة الإرهاب، وعلى الرغم من توفر الوسائل والإمكانيات البشرية والخبرات السابقة للجانب الأمريكي سواء في التخطيط وإدارة الحملات النفسية؛ فهناك العديد من العوامل التي أثرت على الحملات النفسية وهي:

أ - قصور الجانب الأمريكي الحاد في المعرفة السليمة بقيم وعادات وتقاليد الشخصية العربية واللغة واللهجات خاصة العراقية والتي ظهرت أخطاؤها؛ سواء في صياغة رسائل المنشورات، أو النداءات الموجهة للأهداف المخاطبة (أفراد قوات مسلحة - الشعب العراقي)، مما أثر سلبًا على تأثير وتفاعل الأهداف المخاطبة، أو حتى فهم وترجمة أهدافها والثقة الزائدة بالنفس والتضارب في المعلومات.

ب- الاهتزاز الواضح في مصداقية ما تناولته الوسائل من رسائل نفسية، خاصة فيما يتعلق بسرعة وقدرة القوات الأمريكية والبريطانية في الوصول إلى بغداد وسحق أي مقاومة تعترضها [٢].

---

(١) المرجع السابق، ص٥.

(٢) مركز الشئون النفسية: تقرير متابعة، مرجع سبق ذكره، ص ١٧، ١٨.

ج - التعدد غير المسبوق لوسائل الإعلام والدعاية واختلاف وسائلها والتي يرتبط مضمونها واتجاهاتها، وهو ما أجبر البنتاجون على إجبار قواته المسلحة على مشاهدة موقع قناة الجزيرة على الإنترنت.

التخطيط الإستراتيجي الإعلامي للعراق في المرحلة التحضيرية:

خلال المرحلة التحضيرية للحرب تركز حول المحافظة على الروح المعنوية، وحث الشعب العراقي على الثقة في النظام، ومحاولة الحصول على تأييد دولي وإقليمي مناسب، ومحاولة كسب وتعاطف الرأي العام الدولي والعربي والإسلامي في الخطاب السياسي للعراق، بالإضافة لبث روح الهزيمة في الولايات المتحدة وقواتها المسلحة [١].

وكانت الرسائل الإعلامية غير مقنعة وليس لها مصداقية كما اتصفت بالعشوائية في حالات أخرى مما جعلها سلبية وذات تأثير متوسط.

خلال مرحلة إدارة العملية:

تركز على حث الشعب والجيش العراقي على المقاومة والجهاد والحفاظ على تماسك الجبهة الداخلية وبث روح الهزيمة في قوات التحالف.

وترى الباحثة: أن الرسائل الإعلامية في هذه الفترة كانت تتم بشكل عشوائي وغير مدروس ارتباطًا بسير أعمال القتال ومتغيرات الموقف العسكري.

ونستخلص من العمليات النفسية العراقية أنها استطاعت:

أ - الحفاظ على مستوى وقدرات البث التليفزيوني والمناورة بوحدات بث متحركة لضمان نقل رسائله.

ب- تركيز المخطط العراقي على استثارة المشاعر العاطفية بعرضه للخسائر (أسرى - قتلى - طائرة أباتشي) كذا الإصابات الشديدة في الجانب المدني لتحريض الرأي العام العالمي من جهة واستثارة وتفجير مشاعر الغضب لأفراد قوته.

ج- الاعتماد على أساليب الاستخفاف والاستهزاء بالجانب الأمريكي - حرب العصابات - العمليات الفدائية مع القصور الشديد في الوسائل المتوفرة أو المتاحة لتنفيذ هذه المخططات المركزية.

---

(١) عبد الرحمن الهواري: إستراتيجية الإعلام في حرب الخليج الثالثة، مرجع سبق ذكره، ص ٦.

د – اللجوء لاستخدام أساليب السباب والشتائم، وهو ما يعكس قدرًا عاليًا من التوتر والقلق.

من أهم الدروس المستخلصة في هذه الحرب:

أ – أصبح صدام حسين رمزًا وبطلًا قوميًا وخاصة بعد إعدامه في أول أيام عيد الأضحى لدى العديد من فئات الشعوب العربية التي تعاني من نتائج وتداعيات ازدواجية المعايير الدولية – الأمريكية في إدارة الصراع بالشرق الأوسط.

ب – أن الحملة العسكرية الأمريكية كانت موجهة إلى العرب والمسلمين وليست للعراق فقط، والرفض الشعبي الكبير للحرب قد ظهر جليًا من خلال المظاهرات العنيفة التي تفجرت في العديد من مدن العالم على المستويين الدولي والإقليمي.

ج – تزايد مشاعر الغضب والكراهية للسياسة الأمريكية مع عدم القناعة بدوافع هذه الحرب التي لا تحظى بالدعم؛ سواء على مستوى متخذي القرار، أو الرأي العام على المستويات المختلفة[1].

هـ – هذه الحرب لا تستند على أية شرعية دولية ولا تجري عليها مواد الاتفاقيات الدولية المنظمة للحرب، وما حدث من تعتيم إعلامي أمريكي كان هو السبب الرئيسي وراء استمرار التأييد للرئيس بوش من خلال استطلاعات الرأي التي أظهرت أن ٧٤٪ من الشعب الأمريكي مازالوا يؤيدون الحرب.

و – الشعور بالغضب الممزوج بالخوف من قبل الشعوب العربية عامة والشعب العراقي بصفة خاصة أدى إلى تنامي ظاهرة العنف والرفض القاطع لأي شكل من أشكال الاحتلال للعراق.

ز – أثبت الإعلام الأمريكي عدم قدرته على فرض سيطرته ومصداقيته على الرأي العام، وذلك بعد إذاعة الخسائر العديدة التي لحقت بالقوات الأمريكية والبريطانية وصور الأسرى.

ح – تغيير الشعار الرئيسي للحملة من «الصدمة والترهيب» (The Shock, Aware) إلى «العراق الموحد» وذلك في إطار حملات تحسين الصورة الأمريكية في المنطقة.

---

(١) مركز الشئون النفسية تقرير المتابعة، مرجع سبق ذكره.

ط- ترجع أسباب عدم تكامل نجاح القوات الأمريكية حتى الآن في تحقيق أهدافها من المنظور الأمريكي نتيجة لعدم تفهم القوات الأمريكية لطبيعة الشعب العراقي وعدم الدراسة الجيدة لعاداته وتقاليده.

ى- انهيار وتسريح الجيش العراقي وقوات الأمن فتح المجال لانتشار الفوضى في العراق.

ك- هناك رأي عام عسكري غير راض عن سياسات ومخططات وزير الدفاع الأمريكي لانفراده بعملية اتخاذ القرار دون الأخذ بآراء الخبراء المتخصصين.

ل- تزايد الخسائر في القوات الأمريكية والبريطانية ساهم في تولد مفهوم وجداني رافض، مع تنامي مشاعر القلق والخوف من استمرار تصاعد هذه المشاعر.

م- استمرار احتلال العراق يشكل ضغوطًا أمريكية متعددة الاتجاهات، سواء أكانت سياسية، أو ثقافية أو عسكرية، كذلك يبدو أن الولايات المتحدة في سبيل مصلحتها لا تفرق بين حلفائها وأصدقائها في المنطقة وتمارس الضغوط على الجميع من أجل فرض وجهة نظرها ومن ثم تحقيق مصالحها[(١)].

ن- عكست الحرب على العراق تداخلًا بين مفهومين هما «**الحرب الفعلية والحرب الفعالة أو الحرب الميدانية والحرب الإعلامية**» حيث اتسمت التغطية الإعلامية للحرب على العراق بكثافة غير معتادة وتدفق غير مسبوق للأخبار والتقارير والصور والتعليقات، كما ظهرت في هذه الحرب تكنولوجيا متطورة جعلت منها حدثًا بصريًا وتكنولوجيًا له خصوصيته المتميزة، كما أنها كانت من أكثر الحروب التي استخدم فيها التضليل الإعلامي من خلال الانتقائية الشديدة للأخبار من الطرفين (الأمريكي والعراقي)[(٢)].

س- كما أثبتت متابعة الأداء الإعلامي وقت الحروب أنه كلما تعددت المصادر زادت إمكانية إتاحة الفرصة للجمهور للحصول على المعلومات ، لكن في الوقت نفسه تقل

---

(١) عبد الرحمن الهولري: المتغيرات العالمية والإقليمية المعاصرة وتأثيرها على الأمن القومي العربي والمصري، دراسة بحثية، كلية الدفاع الوطني - أكاديمية ناصر العسكرية العليا.

(٢) هويدا مصطفى، المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق في الفضائيات العربية، دراسة تقويمية، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، ص ٢٩٧.

إمكانية التحقق من المعلومات نتيجة التضارب بين هذه المصادر.

ع- تؤكد الدراسات الإعلامية أن ٣٠٪ من التصريحات الإعلامية وقت الحروب تكون مضللة كجزء أساسي من الحرب النفسية، ويؤكد ذلك سماح القنوات الأمريكية لقنوات محددة بتغطية أحداث الحرب وتوصيل رسائل معينة ، ويتضح ذلك من خلال ما تقوم به CNN حيث يقوم خبير عسكري أمريكي داخل المكتب الرئيسي لشبكة أتلانتا في ولاية جورجيا باختيار وتنقيح الأخبار التي يتم بثها.

ف- على الرغم من امتلاك التليفزيون تكنولوجيا فائقة التطور والتقدم تمكنه من التغطية الشاملة والدقيقة لأي حدث في التغطية للحرب على العراق فإنه لم ينعكس هذا التفوق عليها فكان هناك نقص شديد في نوعية المعلومات وتكرارها وعرضها بدون تدقيق أو تمحيص حرصًا على التدفق المستمر والمباشر للأخبار [١].

ص- عدم وجود سياسة إعلامية عربية واضحة للتعامل مع الأحداث تؤدي لوجود حالة من شبه الاتفاق على بعض الخطوط العريضة في صياغة الأخبار ونقل الأحداث.

ق- إخفاق الفضائيات العربية في أن تكون مرآة حقيقية لدى المشاهد العربي على الرغم من تفوقها في سرعة نقل الأحداث ، مثل نقلها الأوضاع في العراق قبل الحرب فأصبحت الصورة غير واضحة عن أوضاع عراق ما قبل الحرب، مما أوجد حالة من الإحباط لدى المشاهد العربي بعد سقوط العاصمة العراقية.

ر- الإعلام العربي أو الغربي لم ينقل للجمهور حقائق حرب العراق وبدت الأحداث مجزأة وغير مفهومة رغم البث المكثف والحر على مدار اليوم والذي تنافست كل وسائل الإعلام على تقديمه ، حيث قدمت التغطية الإعلامية للحرب بعض جوانب الواقع فقط ولم تنجح في تكوين رأي عام حقيقي تجاه الأحداث، وهو الأمر الذي يتطلب معلومات صحيحة ونقاشًا عامًا يعتمد على تدفق حر للمعلومات.

ش- «الحقيقة هي أولى ضحايا الحرب» وصدق ونستون تشرشل عندما قال: «إن الحقيقة في زمن الحروب غالية جدًا بحيث يجب أن تحاط بحرس من الأكاذيب»[٢].

---

(١) المرجع السابق، ص ٢٩٧.

(٢) ألفت أغا، مرجع سبق ذكره، ص ٣٢١.

ت- احتل العراق موقع القلب في هذه الحروب وباعتباره مرادفًا إستراتيجيًا؛ ولم يتم الاعتراف بمركزيته فقط في دعم المجهود الحربي، بل اعتبر جزءًا لا يتجزأ وأساسيًا من ذلك المجهود، ويدلل على ذلك الميزانيات المرصودة من قبل البيت الأبيض لنشر وجهة النظر الأمريكية وتحسين صورتها في العالم وخاصة الإسلامي تزيد عن مليار دولار سنويًا، أما الميزانية المناظرة في بريطانيا فتبلغ نصف مليار دولار [١].

ث- انتقد الصحفي الشهير BOB WOODWARD وودورد رئيس تحرير صحيفة واشنطن بوست في كتابيه «حرب بوش» Bush's War، و«خطة الهجوم» Plan of Attack بوش وحكومته، وقال: إنها تعمدت عدم كشف الحقيقة الكاملة للوضع في العراق للشعب الأمريكي، وأن التورط الأمريكي في العراق يعيد إلى الأذهان هزيمة أمريكا في فيتنام.

خ- «أن الحرب على العراق من الحروب القليلة التي خرج فيها الناس بالملايين قبل حدوثها للمطالبة بإيقافها لإدراكهم بانعدام مبرراتها؛ وأنها لخدمة مصالح ضيقة، وهذا كان موقف الرأي العام الأوروبي الذي خرج في ١٥/ ٢/ ٢٠٠٣ في مظاهرات لم تشهد بريطانيا وأسبانيا وإيطاليا مثلها ضد مشاركة البلدان الثلاثة في تلك المغامرة التي وصفها وزير المالية الفرنسي السابق دومينيك بأنها: «ميلاد الأمة الأوروبية» متحدية في ذلك الهيمنة «الرحيمة أو الخيرة» لتحقيق ما سموه بالصالح العالمي العام عن طريق الحروب الوقائية ونشر الديمقراطية وتغيير الأنظمة الديكتاتورية»[٢].

ذ- صورة الحرب في العراق في التليفزيون الأمريكي تختلف عن الصورة التي كانت تنقلها الوسائل الإعلامية الأخرى وخاصة العربية، مما يؤكد حجم الزيف والتضليل الإعلامي الذي لم نشهده سوى في هذه الحرب، ومما يؤكد على الانحياز وعدم الموضوعية والدعاية التحريضية، وأن عدد الصحفيين الذين قتلوا في هذه الحرب فاق أي حرب أخرى وهو عدد غير مسبوق، مما يدلل على أمر مهم وهو حجم الكذب الذي كان يراد له أن يمر دون انكشاف حتى تظل أسطوانة «أكذب عليَّ» هي السائدة [٣].

---

(1) David Meller "Tell me lies" propaganda and midia distontion in the attack on Inaq "Fersa, London, Pubbbluihed 2004.

(٢) المرجع السابق، ص ٣.

(٣) المرجع السابق.

ض- وترى الباحثة: أن تظاهر الملايين ضد السياسة الأمريكية في العراق والتنبؤ بفشل مشروعها هناك وأن فيتنام أخرى تنتظرها يؤكده الواقع الدامي في العراق؛ فالديمقراطية بدون الأمن لا معنى لها، حيث التكلفة البشرية المدفوعة من أجلها أغلى من تكلفة أي حرب أهلية، فلقد ضرب العراقيون رقمًا قياسيًا بخسارتهم ٦٥٥ ألف عراقي خلال أربع سنوات، فالولايات المتحدة ليس لها خيار آخر سوى ترك العراق عاجلًا أم آجلًا كحال أي احتلال بعد أن أدركت أن بقاءها يقاوم بشدة وأنها تدفع الثمن غاليًا من أرواح أبنائها.

ظ- المطلوب ليس هزيمة الولايات المتحدة، ولكن إنهاء احتلالها وإدراكها بأن للقوة حدودًا، وأنها لا تعالج خلافاتها مع الدول الأخرى بالقوة والغطرسة، وإنما إذا كانت تريد للعراق أن يستقر فلتكف عن استعداء سوريا وإيران وأن تشركهما مع غيرهما من الأطراف العربية والإقليمية في حفظ ماء وجهها وأن تكون لها سياسة مستقلة في المنطقة عن سياسة إسرائيل[1].

الدروس المستفادة من حرب لبنان:

أ- بدا التناقض واضحًا منذ بداية هذه الحرب، فوجدنا أكثر من رأي في أسر حزب الله اللبناني لجنود إسرائيليين تصرفًا مشروعًا في إطار مقاومة المحتل والسعي لاستعادة الأسرى من سجونه، ومن رأوا في ذلك مغامرة محسوبة أو غير محسوبة.

ب- ففي ظل التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام فإنه مازال هناك بعض القيود التي تفرضها المصادر العسكرية وخاصة في أوقات الحروب، ولم يحدث في تاريخ الحروب المعاصرة ما حظي به الإعلام من اهتمام كما حدث في حرب الخليج الثانية والثالثة وحرب لبنان، حيث شهدت كل هذه الصراعات تطورًا ملحوظًا جعلها في دائرة الضوء، كما نال اهتمام عدد كبير من الباحثين للبحث عن دوره المستقبلي كأداة رئيسية من أدوات الصراع وامتزج معه العمل النفسي الدعائي.

ج- الكثير من وسائل الإعلام العربية كانت تغطيتها لحرب لبنان أقرب إلى وجهة نظر الدول التي تملكها أو تمولها باستثناء قلة حاولت التصرف بمهنية واعتبرت الحرب فرصة لإظهار جدارتها وتميزها[2].

---

(١) علي النواب صحوة وسائل الإعلام: مرجع سبق ذكره، ص ٥.
(٢) الجزيرة نت (٢٥/٨/٢٠٠٦).

د- تبين أن هذا العدوان الوحشي الإسرائيلي على لبنان كان بهدف حماية أمن المستعمرات من صواريخ حزب الله؛ لإحداث أكبر أثر ترويعي ممكن يهدف لتهجير وإخلاء منطقة يقطنها مئات الألوف لتصبح نموذجًا للتطهير العرقي الذي اعتادته الحركة الصهيونية [1].

هـ- اتباع إسرائيل سياسة ترويع المدنيين ليس فقط لمنع عمليات التسلل عبر حدودها، بل أيضًا كوسيلة لردع الأنظمة العربية نفسها وإجبارها على إقامة سلام معها وفقًا للحدود والشروط التي تريدها هي خلافًا لمقررات الشرعية الدولية [2].

و- وترى الباحثة: أن هذه هي إحدى الأدوات المهمة للعمليات النفسية التي يتبعها الجانب الإسرائيلي منذ إعلان قيام هذه الدولة المتطفلة والمهددة لجيرانها.

التداعيات النفسية لهذه الحرب [3]:

الأفراد والمجتمعات التي تتعرض للأزمات / والحوادث والحروب (مدنين أو عسكريين) دائمًا ما يواجهون العديد من (الخسائر) والآثار والتداعيات النفسية السلبية، وهو ما يعرف بعصاب ما بعد الصدمة، وكان من أبرز خصائصها ما يلي:

أ- اضطراب نفسي يقع للأفراد بعد خبرة أو موقف حياتي سلبي (كارثة - حرب) ودائمًا تظهر أعراضها متأخرة كرد فعل للحدث.

ب- شكل الاضطرابات النفسية والفسيولوجية قد تصل إلى حد الأمراض النفس جسمية والتي من أهم أعراضها:

(١) سرعة وسهولة الاستثارة وردود الفعل العنيفة.

(٢) الأحلام والكوابيس الليلية المتكررة (أحلام عسكرية).

(٣) عدم المشاركة في الحياة اليومية (الإنطواء) و ضعف العلاقات الاجتماعية والأسرية.

(٤) الخوف من الموت واستمرار التفكير بالحدث / نتائج الحرب.

---

(١) كارم يحيى: لبنان وفلسطين اتساع مجال الرعب الأمني، جريدة الأهرام، بتاريخ ٩/ ٢٠٠٦.

(٢) المنظمة العربية لمناهضة التمييز وإسرائيل تاريخ واستهداف المدنيين، الأهرام بتاريخ ٩/ ٨/ ٢٠٠٦.

(٣) مركز الشئون النفسية: تقرير متابعة، مرجع سبق ذكره، ص ١٢.

(٥) الشعور المفاجئ المتكرر لنفس الأعراض التي وقعت من قبل (الإيحاء - الاختباء - الهروب - التبول اللاإرادي - الصداع - الإرهاق).

(٦) ارتفاع نسب الاكتئاب والميل إلى التشاؤم.

(٧) الاسترجاع المتكرر لخبرة الأحداث مع المبالغة في الأعراض خاصة (الأفعال - الحركات اللاإرادية) التي تصدر عن أعضاء الجسم.

ج- قد تستمر الأعراض السابقة لمدة أشهر أو تستمر لسنوات.

د - تختلف هذه التداعيات بين كل من الجانب الإسرائيلي واللبناني بالنظر إلى الاختلاف في بناء وتكوين الشخصية الإسرائيلية التي تتسم أساسًا بمشاعر الاضطهاد- عدم الأمان وعدم الاستقرار والخوف من الموت، بينما وعلى جانب حزب الله قوة العقيدة - الاطمئنان - الرضا والإيمان بالنصر.

هـ- غالبًا ما تكون نسب الإصابة بعصاب ما بعد الحرب لدى النساء (٢٠٪) أعلى منها عن الرجال (٨٪) على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والعسكري، فكان من أبرز تداعياتها ما يلي:

أولًا: على مستوى الرأي العام الإسرائيلي:

(١) انخفاض الثقة في القدرات العسكرية الإسرائيلية، وظهور اتجاه داعم بتآكل قدرات الردع، وافتقاد الأمن للمجتمع الإسرائيلي خاصة لدى سكان مدن الشمال الإسرائيلي.

(٢) تنامي مشاعر القلق والخوف لدى نسبة عالية من المهاجرين الجدد (من الدول الشرقية) المقيمين في مدن ومستوطنات الشمال الإسرائيلي، وظهور اتجاهات قوية بينهم بالعودة إلى بلادهم.

(٣) الشك في قدرات وإمكانات القيادة السياسية والعسكرية العليا في إسرائيل والمطالبة بالتغيير والمحاسبة خاصة مع تفجر الاتهامات بين المسئولين (تحرش جنسي - اقتصادي - عدم خبرة).

(٤) عدم الرضا عن مستوى أداء الحكومة وجيش الدفاع الإسرائيلي، والمطالبة بالتحقيق مع عناصرهما ورموزهما مع تدني مستوى شعبية أولمرت.

(٥) عدم الإحساس بالأمان مما أدى إلى ارتفاع نسبي في حجم المتعاطين الإسرائيليين

(مدنيين - عسكريين) للمخدرات بأنواعها أو العقاقير الطبية المهدئة / المهبطة نتيجة الاضطرابات السلوكية والخوف والقلق الناتج عن عدم إشباع حاجة الأمن وارتفاع نسب البطالة.

(٦) الخوف من نجاح الدعايات العربية والعالمية ومراكز حقوق الإنسان في المطالبة باعتبار العمليات العسكرية الإسرائيلية في لبنان جرائم حرب.

(٧) الإحباط الناجم عن عدم إشباع الحاجات الأساسية خاصة فيما يتعلق بتقدير وتقييم الذات، أدى إلى (الهروب من الخدمة - عدم الرغبة في التجنيد والخدمة في الوحدات المقاتلة خارج إسرائيل) ارتفاع نسب الخسائر البشرية في المدنيين والعسكريين الإسرائيليين.

(٨) تعاظم الشعور بالصراع النفسي الداخلي ما بين الإقدام على تحقيق عملية السلام، وبين الإحجام عن التفاوض مع كل من حزب الله وحماس.

(٩) بدء ظهور حملات إعلانية تستخدم أساليب التهكم والسخرية للترويج لبعض المنتجات لشركات إسرائيلية (أبواب – شبابيك) وتحمل اسم حسن نصر الله (لها القدرة على الحماية من صواريخ الحزب).

ثانيًا: على مستوى الرأي العام اللبناني والعربي:

(١) الانقسام الواضح عرقيًا ودينيًا داخل المجتمع اللبناني (سني - شيعي - حزبي - عرقي) والخوف والقلق من عودة الحرب الأهلية الطائفية مرة أخرى، وتهديد بعض دول الجوار (سوريا - إيران).

(٢) تنامي مشاعر عدم تقدير الذات الناجم عن استمرار الحصار واحتلال أجزاء من الجنوب اللبناني - الخوف من تصاعد التوغل الإسرائيلي وعودة الحصار (بري - بحري - جوي).

(٣) الضغوط النفسية الناجمة عن حجم إعادة بناء المدن والقرى المدمرة والبنية التحتية (كهرباء - جسور - منشآت خدمية... إلخ)، والتباين الواضح في سرعة ومبادرة حزب الله عن البدء في هذه الإجراءات مع طول زمن وإجراءات الحكومة اللبنانية.

(٤) الإحباط الشديد لدى الرأي العام اللبناني بكافة طوائفه واتجاهاته والناجم عن الضغوط الحياتية المتمثلة في:

(أ)الارتفاع غير المسبوق في معدلات البطالة (٧٠ ألف عامل خارج الخدمة) ومن ثم تزايد الشعور بالقلق والتوتر لافتقاده القدرة على إشباع الحاجات الأساسية.

(ب) الانهيار الحاد في المستوى المعيشي لشريحة كبيرة من أفراد الشعب.

(ج) انهيار الموسم السياحي التجاري في لبنان (تدمير - خسائر مادية وبشرية).

(د) تداعيات المطالبة بسحب أسلحة حزب الله والميليشات اللبنانية خاصة الفلسطينية.

(٥) ترى الغالبية أنه قد حان الوقت لأن يعتمد حزب الله على مزيد من المشاركة السياسية وتقليل اعتماده على القوة العسكرية.

(٦) بدء تراجع الصورة الرمزية لحسن نصر الله كقائد جديد حقق انتصار على عدو قوي، مع التشكيك في نواياه كنتيجة مباشرة للآتي:

(أ)تصريح واعتراف حسن نصر الله عقب توقف إطلاق النار أنه لو كان يعلم بهذه النتائج لما أقبل على تنفيذ عملية الوعد الصادق (سبق وإحباط – تقارب).

(ب) تصريحات مسئولين في الحزب على أن الحزب يُحاسِب ولا يُحاسَب، وأن نزع سلاحه غير قابل للمناقشة أو التفاوض.

(ج) الارتفاع الحاد في حجم الخسائر البشرية (١١٤٠) قتيلا - مليون نازح والمادية (تدميره ١٥ ألف مبنى) احتلال الجنوب مع عدم تحقيق أي من الأهداف المعلن عنها لعملية الوعد الصادق.

(د) القبول غير المشروط بالقرار الدولي (١٧٠١) على الرغم من عدم تحقيقه لكافة أهداف الجانب اللبناني.

(٧) ظهور مشاعر عدم الرضا والتشكك حول دور القواعد المنظمة لمهام القوات الدولية (يونيفل) خاصة فيما يتعلق بتأمين الحدود والإشراف عليها؛ مما يعطي انطباعًا بخضوع لبنان للوصاية الأجنبية .

ثالثًا: وبالنسبة للرأي العام الأمريكي / الدولي: فقد رصد:

(١) الانقسام حول مدى الشعور بالرضا عن طريقة بوش في معالجة الصراع بين إسرائيل وحزب الله في أزمات الشرق الأوسط.

(٢) قناعة نسبة مرتفعة نسبيًا من الرأي العام الأمريكي (٣٥٪) بمسئولية كل من إسرائيل وحزب الله عن بدء الحرب.

(٣) رؤية نسبة ٧٠٪ من الرأي العام الدولي لعدم قدرة الدول العربية في التعايش السلمي مع إسرائيل في الوقت الحالي وذلك على ضوء تطورات أزمة الشرق الأوسط.

(٤) التعاطف بدرجة كبيرة مع الجانب الإسرائيلي (٦٨٪) في ظل الاهتمام بمتابعة تطورات المواجهة بين إسرائيل وحزب الله.

أثبتت حرب لبنان أن التفوق العسكري الهائل لإسرائيل لن يحقق لها الأمن أو السلام الذي تحلم به، وأنهم لم يعودوا يستطيعون إخضاع العرب بالقوة العسكرية كما كان يحدث من قبل رغم الجرائم الإسرائيلية المتواصلة ليلًا ونهارًا والمذاعة في معظم وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة، فإن أمريكا تمنع مجلس الأمن الدولي من إصدار أي قرار بإدانة جرائم إسرائيل الدولية، حتى عندما ارتكبت مذبحة قانا وزادت بقتل عدد من جنود قوات الأمم المتحدة ذاتها غير عابئة بعلم المنظمة الدولية المرفوع عاليًا على معسكرهم وعرباتهم [١].

أثبتت هذه الحرب أن الدم العربي أصبح أرخص من البترول العربي، حيث إن التهديد بقطعه عن الغرب قد يشعل أسعاره مما يجعل الشعوب الغربية والأمريكان يمارسون ضغوطًا أكبر على حكوماتهم لوقف الحرب الإسرائيلية الأمريكية المجنونة [٢].

قائد المقاومة حسن نصر الله فعل بإسرائيل ما لم تفعله كل الجيوش العربية فأذاق إسرائيل طعم الخوف والهوان وهو يمطر المدن الإسرائيلية بثلاثة آلاف صاروخ لأول مرة في تاريخ الدولة الصهيونية في منطقة الحرب العربية الإسرائيلية السادسة تعتبر أطول حرب عربية إسرائيلية منذ إنشائها (٣٤ يومًا)، والمؤكد أن كلا من اللبنانيين والإسرائيليين قد فوجئوا بمقدار حجم الأهوال التي خلفتها تلك الحرب ، ورغم حجم الدمار الهائل الذي عاد بلبنان عشرين عامًا للوراء فقد أمكن لها - وبتأييد كل من القوى اللبنانية الداخلية وبدعم إقليمي ودولي - بسط سلطانها على الأراضي اللبنانية لأول مرة منذ

---

(١) الشافعي بشير: أرادوا لبنان عبرة، فأصبح نموذجا وفخرا، جريدة الوفد العدد (٦٠٦٩) بتاريخ ١١٣/٨/٢٠٠٦، ص ١٤.

(٢) عادل صبري: الدم العربي الرخيص، جريدة الوفد (٦٠٦٩) بتاريخ ١٣/٨/٢٠٠٦، ص ١٤.

عهود طويلة من خلال جيش قوي والأمن الداخلي وسلطات الدولة السيادية وأجهزتها المحلية، كما استعادت الحكومة اللبنانية الموحدة المنتخبة مقدرتها على قيادة كل لبنان [1].

أثبت الشعب اللبناني أنه أقوى وأصلب مما كان يتوقع له البعض برغم طوائفه المتعددة، حيث أثبتت أن هناك حدودًا للقوة المسلحة لأي دولة يمكن أن تحققها جيوشها على الأرض، كما أثبت أن إرادة الشعوب وعزيمتها قادرة على أن تفعل الكثير بأكثر مما تحصيه حسابات القوى المادية.

يمكن للمشاهد العادي[2] عبر شاشات التليفزيون المنزلي العادي أن يتابع تفصيلات وأحداث الحرب ليس يومًا بيوم، ولكن لحظة بلحظة، بل إن المشاهد العادي كان في إمكانه في أغلب الأحيان الحكم على أداء الجيوش وإنجازاتها وتقدير مدى صدق أو كذب بياناتها الرسمية والاستماع لتحليلات الخبراء العسكريين لتفصيلاتها ولمجرياتها.

قال الرئيس الأمريكي السابق «جيمي كارتر»: إن كراهية العالم العربي[3] للولايات المتحدة ازدادت وبلغت حدًّا غير مسبوق، وإن إسرائيل وأمريكا تعيشان اليوم في عزلة دولية ولم نشهدها من قبل، بسبب العدوان الإسرائيلي على لبنان والدعم الأمريكي غير المحدود لإسرائيل التي لا تمتلك أي مبرر أو سند قانوني أو أخلاقي للاعتداء على الشعب اللبناني كله؛ فالأسلحة الصغيرة في أيدي المقاومين تستطيع أن تقهر إرادة ونفوس المعتدين المسلحين بكل ما أنتجته الترسانات العسكرية من أسلحة ذكية فتاكة.

الدروس المستفادة:

أ - **بروز أهمية وسائل الإعلام العسكري في التأثير على الأحداث**، دون تركها لوسائل الإعلام الشامل ، وبالتالي يجب تطورها من حيث استخدام الوسائل الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة، والتخطيط للتعاون مع الإعلام الشامل وفي إطار إستراتيجية محددة الأهداف.

ب- **أهمية تدريب المراسلين العسكريين** بشكل جيد من خلال عقد دورات تدريبية لهذا الغرض، خاصة أنهم أصبحوا معرضين للمخاطر مثلهم في ذلك مثل العناصر

---

(١) محمود وهيب السيد: ملاحظات حول لبنان، الأهرام المسائي بتاريخ ٣٠/ ٨/ ٢٠٠٦.
(٢) صلاح الدين حافظ: لم يتركوا لنا سوى الكراهية، الأهرام بتاريخ ٣٠/ ٨/ ٢٠٠٦.
(٣) صلاح الدين حافظ: لم يتركوا لنا سوى الكراهية، الأهرام بتاريخ ٣٠/ ٨/ ٢٠٠٦.

المقاتلة، كذلك إكسابهم القدرة على التحليل الموضوعي والهادف، وقد برز مراسلوا قناة الجزيرة في بث الأحداث، ولم يكن للإعلام المصري نفس الدور في ذلك.

ج- **أهمية وجود إذاعة موجهة على مستوى القوات المسلحة المصرية** ، ويخطط لها جيدًا، بحيث يمكن أن تؤدي إلى تفعيل الدور الإعلامي والنفسي والعسكري ، والتخطيط مستقبلًا لقناة فضائية.

د- **أهمية وضع الخطط المسبقة لدور الإعلام** عند قيام الصراع المسلح، والتدريب الدوري لأساليب تنفيذ هذا المخطط أهمية أن يكون هناك متحدث عسكري، ويكون له دور محدد في إذاعة البيانات وعقد مؤتمرات صحفية للتغطية الإعلامية للأزمة.

هـ- **أهمية وجود دور سياسي** متواصل لشرح توجهات الدولة نحو الأزمة، وأسباب وركائز تلك التوجهات والإيجابيات والسلبيات التي تتحملها الدولة كإفراز لهذا الصراع، وأن يشارك في هذا الدور جميع المسئولين بدءًا من الرئيس مرورًا برئيس الوزراء والوزراء المختصين، ثم المحللين العسكريين [1].

في إطار احتواء الحملات النفسية المعادية ، فقد ثبت أهمية :

أ - التعرف على أداء واتجاهات الأفراد بالطرق والأساليب العلمية الموضوعية، ومعرفة أوجه القصور في إشباع حاجاتهم الأساسية وحل مشكلاتهم.

ب- الاستمرار في دعم وتنمية مشاعر الولاء تجاه الوطن بصفة عامة والقوات المسلحة بصفة خاصة.

ج- توعية الأفراد بالوسائل والأساليب المتبعة من قبل الدول المعادية للتعرف على الجوانب المختلفة لخدمة سياستها وأهدافها.

د - رصد وتحليل المنشورات والشائعات التي ينفذها العدو وتفنيدها في مهدها ، مع خلق الوعي والإدراك لدى المواطنين بخطورة عدم الإبلاغ عنها.

هـ- التركيز على اتباع أساليب التفنيد المباشر وغير المباشر للمعلومات التي ترد من وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثم التعامل معها مع أهمية جمع وتحليل الموضوعات والوسائل التي يتم رصدها والإبلاغ عنها وتحليلها العلمي.

---

(١) عبد الرحمن الهواري: الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان، مرجع سبق ذكره، ص ١٥.

خلاصة الفصل الثاني

لم يشهد العالم في تاريخه حربًا تكنولوجية وإعلامية كحرب العراق وحرب لبنان الأخيرة، حيث تجلى فيها التفوق التكنولوجي عسكريًا، كما تجلى إعلاميًا وكان البعد الإعلامي في هذه الحرب بعدًا أساسيًا اتسم بالسلب، وكان عاملًا رئيسيًا في النصر أو الهزيمة، واستخدمت فيها كل طرق العمليات النفسية من الخداع والدعاية والدعاية المضادة والشائعات والتهديد والوعيد والتضليل والتشويش، كل هذا بهدف بث الرعب في النفوس.

البشرية لم تعرف حربًا بلغ فيها تشويه الإعلام وتزويره مثل الحد الذي بلغه في هاتين الحربين، إذ وقع العبث بالرأي العام في كل مكان وانتهكت حقوق الإنسان، رغم أن الولايات المتحدة دائمًا ما تطالب بنزع أسلحة الدمار الشامل من المنطقة، وادعت أن أسباب حرب العراق هي نتيجة امتلاكها أسلحة الدمار الشامل فإنها لم تتورع في ضربها بأشد وأعنف الأسلحة فتكًا وتدميرًا، إذ كانت تستهدف بصفة خاصة المدنيين وهذه هو قمة الازدواجية والكيل بمكيالين.

نتج عن هذه الحروب أساليب إعلامية تتناقض تمامًا وأخلاقيات المهنة الإعلامية، حيث حل محلها الكذب والتزوير والتضليل، وأطلق على حرب العراق «حرب الكذابين» نتيجة لكذب دول التحالف المعادي للعراق ، حيث كان الكذب هو سيد الموقف فيها في جميع المستويات السياسية والعسكرية والإعلامية.

كانت أمريكا تركز دائمًا على أسطورة الحرب النظيفة، وأنها حرب قصيرة ونظيفة؛ لأن الإدارة الأمريكية تعلم جيدًا من خلال حرب كوريا وفيتنام أن الرأي العام لن يساند حربًا دموية طويلة، ولكن يمكنه مساندة حرب نظيفة وعديمة الرائحة ، وحرص الجانب الأمريكي على إغفال معاناة العراقيين في ظل الهجوم وتجنب عرض المدنيين والمواقع التي تعرضت للقصف على شاشات التليفزيون.

كان أهم أهداف الإعلام في حرب العراق هو خداع الرأي العام وتضليله وإخفاء المعاناة، وما كان يحدث من تدمير وقتل آلاف المواطنين العراقيين، لذا منعت الإدارة الأمريكية وحلفاؤها عرض أي فيلم يصور حجم الدمار والضحايا، بل ونشر أي صورة عن الموضوع، وعندما قصف ملجأ العامرية في واحد من أفظع جرائم الحرب في القرن

العشرين، كان التبرير أن هناك خطأ ارتكبه العراقيون عندما جلبوا المواطنين إلى موقع قيادة عسكري، وكأن من أهداف أمريكا في هذه الحرب كسب الشرعية الدولية أمام الرأي العام العالمي لتبرير الحرب ضد العراق.

ومن خلال متابعة حرب العراق يمكن ووصف التغطية الصحفية فيها بأنها صحافة أوتيلات، أي أن الصحفيين لا يغادرون الأوتيلات للقيام بواجباتهم، وهذا جعل المجتمعات الغربية عمياء لا ترى الحقيقة، كما ساهم في زيادة جهلهم بواقع الأمور في الشرق الأوسط.

برغم محاولات القوات الأمريكية أن يعم السلام بالمنطقة فإنه لا سلام بدون عدل، ولا ديمقراطية بلا حرب ، فرغم القوة العسكرية الضخمة الأمريكية، فإنها لم تستطع تحقيق السلام والأمن في العراق ، كما أن تسريب صور التعذيب في سجن أبو غريب بالكلاب والإذلال بالجنس وتوزيعها ونشرها ليشاهدها جميع الشعوب العربية ما هو إلا محاولة مقززة لإرهاب وترويع الآمنين من الشعوب العربية، وليعوا أن من يخرج عن الإطار الذي رسمته السياسة الأمريكية سيحدث له كما حدث للعراق، ومما يدلل على ذلك تهديد أمريكا لسوريا ولإيران بالتدخل في حالة عدم الانصياع لأوامرها ، كما أنه يدلل على أن أمريكا ليست راعية للسلام وليست راعية للأمن والديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط.

حرب لبنان كانت من أطول الحروب التي تمت في المنطقة، كما أنه ضد لبنان، وأنها كانت تحت السيطرة والمباركة الأمريكية وإلا لما استمرت طيلة ٣٤يومًا اعترضت فيها الولايات المتحدة على إصدار قرار من مجلس الأمن لوقف إطلاق النار، وذلك حتى يتم تدمير البنية التحتية للبنان بالإضافة لتدمير شعبها ماديًا ومعنويًا، واتبعت إسرائيل في هذه الحرب الإستراتيجية الدعائية الصهيونية والتي كانت تهدف إلى إكساب الشرعية الدولية لهذه الحرب وأنها لم تبدأ الحرب وإنما لبنان هي البادئة.

تعتمد إسرائيل على عمل إعلامي دعائي منظم ؛ ففي أوروبا تعتمد على مجموعة من المنظمات الصهيونية الأخرى منها منظمة مجلس الحاخامات الأمريكية والجمعيات اليهودية ورابطة الدفاع عن اليهود، كما تعتمد على أجهزة المخابرات في جمع المعلومات، كما أنها تقوم بافتعال الأزمات أحيانًا لتكون موضوعًا دعائيًا مناسبًا لتحقيق هدف معين، كما أن لديها وزارة للحرب تكون تحت سيطرتها في إدارة التعاون والعلاقات الخارجية

بهدف نشر تأثير الأيديولوجية والسياسة الصهيونية في الخارج وقد نشطت أعمالها الدعائية لا سيما في دول أفريقيا.

تميز الإعلام في هذه الحرب بتعدد شبكات الأخبار العالمية التي تمتلك إمكانيات كبيرة في نقل الخبر والصورة والحدث وقت وقوعه، واتباع سياسة التعتيم الإعلامي على ما يدور من أعمال عسكرية على الجانب الإسرائيلي وكذا في جانب حزب الله، واستخدام الإعلام للحملات النفسية على نطاق واسع من أجل التأكيد على مشروعية الحرب ووضع القيود على وسائل الإعلام التي كانت تنقل الأخبار العسكرية عن إسرائيل واستخدام حزب الله وسائل إعلام خاصة به في مجال القنوات الفضائية مثل قناة «المنار» وهو ما سهل الترويج لدعاية حزب الله.

أفصح الإعلام في هذه الحروب عن معنى الحرب بمفهومها المعاصر وكمية التدمير التي تصاحب هذه الحروب، وبالتالي حدد الخط الرفيع ما بين السلام بمفهومه العادل والحرب بشرورها وآلتها التدميرية، استطاع كل طرف في هذه الحرب تضليل الرأي العام العالمي والداخلي حيث كان هناك تناقض واضح بين ما يذاع في كل من أمريكا وإسرائيل، وبين ما يذاع في العراق وسوريا ولبنان، وذلك بهدف تحقيق مصالحهم في المنطقة واخضاع إرادة الشعوب.

أثبتت كل من حرب العراق ولبنان أن حرب المعلومات والإعلام أصبحت أكثر قوة وشراسة من الحرب النظامية ولديها القدرة الفائقة على تحقيق النصر استطاعت التأكيد على الكراهية التي ملأت قلوب الجماهير العربية والإسلامية ضد السياسة البوشية الجمهورية، تلك الكراهية التي كان من الممكن أن تنسحب إلى أمريكا ذاتها بما تنطوي عليه من ردود فعل جامحة، لذا نجد أن الكره لكل ما هو أمريكي يتزايد في جميع الدول العربية والإسلامية، وأن التفوق العسكري والتكنولوجي لا يكسر إرادة الشعوب في البقاء ولا يستطيع بث روح اليأس والخضوع أو زرع بذور الفرقة بين كل عربي وآخر بوسائل مختلفة، بدليل استمرار المقاومة العراقية حتى الآن منذ انتهاء الحرب في ٩ أبريل ٢٠٠٣، وكذلك استمرار المقاومة اللبنانية والفلسطينية.

* * *

الفصل الثالث
الإستراتيجية الإعلامية والنفسية المقترحة
فى إطار تفعيل دورها للمواجهة
في الحروب المعاصرة

المبحث الأول:

أهداف ومحددات الإستراتيجية في المجالين الإعلامي والنفسي.

المبحث الثاني:

الركائز والإستراتيجية الإعلامية المقترحة.

المبحث الثالث:

الإستراتيجية المقترحة لتفعيل العمليات النفسية في الحروب المعاصرة.

* * *

الفصل الثالث
الإستراتيجية الإعلامية والنفسية المقترحة
في إطار تفعيل دورها للمواجهة في الحروب المعاصرة

تعتبر الإستراتيجية: عملية اختيار أفضل البدائل والوسائل لتحقيق أهداف محددة لأي مجتمع على المستوى القومي... فلا يمكن وضع إستراتيجية سليمة لأهداف غير واضحة، وينبغي التأكيد على ضرورة رسم هذه الإستراتيجيات بحيث تضع في اعتبارها العلاقات المتداخلة بين المتغيرات المختلفة والتأثير المتبادل الذي تمارسه كل منها على الأخرى، فهناك علاقة تبادلية بين الأهداف والوسائل، فاختيار هدف معين يعني أنه قد يؤثر على مجموعة معينة من الوسائل دون غيره، واختيار هذه الوسائل قد يؤثر على اختيار الأهداف في مرحلة قادمة.

يجب أن ترتكز إستراتيجية الإعلام المصري على توفير المعلومات الصحيحة للشعب ولكافة الجهات الحكومية في الوقت المناسب، ومتابعة إستراتيجيات التنمية القومية في جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والأمنية، والتحرك من خلال استخدام الوسائل الإعلامية من أجل تحقيق المشاركة الشعبية في جميع المراحل التنفيذية، وتحقيق التوازن في العمل الإعلامي بين المجالات المختلفة الإعلامية والثقافية والتعليمية والترويحية، والتركيز على القضايا القومية وتعميق التمسك بالقيم الدينية والوطنية.

ضرورة التنظيم والتخطيط الجيد للعمليات النفسية من خلال إبراز أهم وسائلها -وهو ما يمكن اعتبارها وسائل الإعلام المختلفة- ليتم إعداد الجميع نفسيًّا ومعنويًّا إعدادًا جيدًا قائمًا على الحقائق، وألا يتم في عجالة، وألا يركز على الخطب الرنانة والأكاذيب مثلما قال القائد العظيم «نابليون بونابرت» بضرورة إعداد الجانب المعنوي للأفراد ثلاثة أضعاف الإعداد للجانب المادي وذلك لخطورة الأول.

وقال المؤرخ الصيني «صن تزو»: إذا عرفت العدو وعرفت نفسك فليس هناك ما يدعو إلى أن تخاف نتائج المعركة، وإذا عرفت نفسك ولم تعرف العدو فإنك سوف تقاسي

من هزيمة مقابل كل انتصار... وإذا لم تعرف نفسك ولم تعرف العدو فإنك أحمق وسوف تواجه الهزيمة في كل معركة.

تأتي أهمية التخطيط للحملة للعمليات النفسية (إعلامية - دعائية - إعلانية - علاقات عامة) في مرحلة مبكرة وتوظيف كافة وسائلها من أجل التعريف بأهمية إعداد الدولة لكل أشكال الصراع المسلح والالتزام بالأهداف القومية للدولة، وحتى لا نفاجأ بالدخول في صراع ونحن غير مستعدين له، وأن يتم التخطيط الإعلامي بالتعاون مع وزارتي الإعلام والدفاع وجميع الوزارات المعنية لتأمين الدولة عسكريًّا واقتصاديًّا واجتماعيًّا وسياسيًّا ومعنويًّا.

ويتم معالجة هذا الفصل في إطار ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: أهداف ومحددات الإستراتيجية في المجالين الإعلامي والنفسي.

المبحث الثاني: الركائز والإستراتيجية الإعلامية المقترحة.

المبحث الثالث: الإستراتيجية المقترحة لتفعيل العمليات النفسية في الحروب المعاصرة.

خلاصة الفصل الثالث.

* * *

المبحث الأول
أهداف ومحددات الإستراتيجية في المجالين
الإعلامي والنفسي

مفهوم الإستراتيجية النفسية والإعلامية:

يُقصد بالإستراتيجية النفسية والإعلامية العسكرية تحديد القواعد والأسس للدرء العسكري النفسي الإعلامي والمنوط القيام بها من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية والنفسية والإعلامية بشكل عام، والإستراتيجية العسكرية للدولة بشكل خاص [(١)]. فالإستراتيجية هي استخدام القوة في حالة الحرب للقضاء على العدو وتم تعريفها على أنها: علم وفن استخدام وتطوير موارد الدولة لتحقيق المصالح والأهداف القومية أو لتحقيق أهداف الأمن القومي تحت مختلف الظروف.

الإستراتيجية الإعلامية التخصصية [(٢)]:

«تعني طرق استخدام الميزانية أو الموارد لتحقيق الأهداف، ويقصد بها: أن يكون لكل قطاع متخصص، ومن بينها قطاع الإعلام والإتصال - فكرة تحكم استخدام الميزانية أو الموارد لتحقيق أهداف القطاع، وهذه الفكرة الإستراتيجية هي سياسات POLICIES القطاع لاستخدام موارده، ويشترط فيها أن تتمتع بالمرونة والاستجابة للمتغيرات الدولية والإقليمية والمحلية، والملائمة للأهداف المخططة المطلوب إنجازها، والقابلية للتعديل الجذري في حالة متغيرات حادة في الموقف، وتتأثر بمستوى التكنولوجيا والاقتصاد عوامل مترابطة متبادلة التأثير» [(٣)].

تطور مفهوم تعبير الإستراتيجية تطور كبير؛ فبالرغم من اعتبار أنه تعبير ذا أصل عسكري ارتبط بفن الحرب وإدارتها، فإنه استخدم في جميع العلوم الاجتماعية، أما «ليدل

---

(١) هالة توفيق الطحان: «العمليات النفسية والإعلام العسكري في إعداد الدولة للدفاع»، بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا - القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٥١.

(٢) عبد الستار أمين: الإستراتيجية القومية مذكرات غير منشورة - كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ١٩٩٥، ص ٣.

(٣) أحمد السرساوي: «دور الإعلام في التنمية الشاملة في ظل العولمة»، بحث زمالة غير منشور- كلية الدفاع الوطني - أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١٠٠.

هارت» فقد عرف الإستراتيجية بأنها: فن توزيع واستخدام الوسائل العسكرية لتحقيق هدف السياسة، أما الجنرال «أندريه بوفر» فعرف الإستراتيجية بأنها: فن حوار الإرادات في استخدام القوة لحل خلافاتها [1]، فالكشف عن إستراتيجية للإعلام العربي وسط هذه الظروف التي تخوضها الأمة العربية يعتبر مهمة قومية.

والإستراتيجية استخدمت للدلالة على المهارة في التخطيط والإدارة، بل إن العلوم الاجتماعية استعارت هذا الاصطلاح وأضفت عليه مفهومًا شاملًا يعني الخطة العامة لوسائل وتحقيق الأهداف [2].

من أهم أهدافها تحقيق المزيد من الحرية والمصداقية في نقل الأخبار وخاصة مع قدوم القرن الحادي والعشرين، وما رافقه من متغيرات عالمية وإقليمية، وما يفرضه من تحديات إعلامية وتكنولوجية.

أهداف الإستراتيجية الإعلامية والنفسية في الحروب المعاصرة:

الهدف الأول: تعظيم الدور السياسي والدبلوماسي طبقًا لخطة مدروسة، تتمثل في:

(١) خلق التأثير المناسب على المستويين الإقليمي والدولي.

(٢) استمرار الحفاظ على التوازن في العلاقات بين القوى الدولية المؤثرة داخل المنطقة.

(٣) إقامة علاقات قوية مع مختلف دول العالم وتدعيم التعاون الإستراتيجي، حيث إن الإستراتيجية هي المنوط بها تحقيق الهدف السياسي والعسكري للدولة من أجل تأمين سلامتها واستقلالها.

(٤) امتلاك قوة قادرة على الدفاع ومواجهة التهديدات المختلفة مع امتلاك قدرات ردع مناسبة لمواجهة قوى الردع المعادية.

(٥) «النظرة للأمن القومي العربي من منطلق المصلحة المتداخلة مع المصلحة العربية، وبعبارة أخرى: النظر للأمن في مستويات ودوائر متداخلة في أهميتها تتعلق في الدائرة الأولى منها بمواجهة إسرائيل، ويلي ذلك وادي النيل ثم دائرة أمن الخليج» [3].

---

(١) مصطفى كامل محمد: التوازن الإستراتيجي في الشرق الأوسط ودور مصر - الطبعة الثانية، ديسمبر ٢٠٠١، ص ٩١.

(٢) السيد عليوة: إستراتيجية الإعلام العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب - الطبعة الثانية، ١٩٩٠، ص ٢١٨.

(٣) سمير فرج: مرجع سبق ذكره، ص ٣٠٩.

الهدف الثاني: تطوير مؤسسات الدولة الإعلامية، من خلال:

(١) استخدام أساليب التخطيط الحديثة في مجال العمل الإعلامي والنفسي.

(٢) تحقيق إستراتيجية إعلامية تساير التطور العالمي.

(٣) التأكيد على تأمين الأهداف الحيوية للدولة بما يضمن استمرارية الإنتاج في مرحلة الحرب.

(٤) إعداد أجهزة الدولة لتحمل مسئولياتها خلال إدارة الصراع المسلح مع التوسع في البرمجة واستخدام الحاسبات الآلية.

الهدف الثالث: استخدام نظم الإدارة الحديثة والتي تعتمد على الإدارة بالأزمات ووضع سيناريوهات لها وحلول تسهل لمتخذ القرار الاستعانة بها من أجل مواجهة الأزمات المختلفة خاصة في مرحلة الاتجاه نحو تصعيد الصراع المسلح تشتمل على:

(١) مركز إدارة أزمات على مستوى الدولة يختص بمتابعة العمل الإعلامي.

(٢) مركز إدارة أزمات على مستوى وزارتي الإعلام والدفاع لمواجهة الأزمات العسكرية.

الهدف الرابع: إعداد المواطن لمواجهة نتائج الحروب المعاصرة مع التأكيد على التالي:

(١) المناخ الدولي والاتهامات الموجهة ضد الإنسان العربي؛ لأنها أصبحت ظاهرة تؤدي إلى الإحباط.

(٢) الأحداث في منطقة الشرق الأوسط ومشاهدة أحداث العنف ومشاهد الخراب في العديد من دول المنطقة أدت إلى زعزعة الثقة لدى الإنسان العربي.

(٣) مشاهدة غزو العراق ومجريات الحرب نفسها والتي قامت على أساس حرب نفسية طاحنة قد استخدم فيها أبشع الأسلحة الحديثة والقادرة على تدمير أي شيء دونما تفريق بين ما هو هدف مدني أو عسكري .

الهدف الخامس: تأكيد الولاء والانتماء للشعب وخصوصًا أجيال الشباب من خلال:

(١) تثقيف الشباب وتحصينه ضد الحملات النفسية المعادية من خلال برامج علمية مدروسة تتناسب مع كل الأعمار والثقافات.

(٢) توسيع قاعدة التدريب العسكري في المدارس والجامعات من أجل غرس الانضباط لدى الشباب.

الهدف السادس: تحقيق إستراتيجية إعلامية تساير التطور العالمي:

(١) فالإعلام أصبح إحدى ركائز الأمن القومي، ومن ثم قدرته على التأثير تنعكس مباشرة على استعداد الشعب لمواجهة المخاطر، والإستراتيجية الإعلامية هي: إستراتيجية تكامل وتتزامن مع التطور العالمي خاصة خلال مرحلة التهديد بالصراع المسلح، وتتحقق الإستراتيجية، من خلال مهمتين رئيسيتين:

الأولى: الإعداد النفسي والمعنوي لأفراد الشعب وتحقيق الترابط بينهم وبين سلطات الدولة والقوات المسلحة مع التهيئة النفسية للمواطنين من أجل إزالة الرهبة من تأثير الحرب.

الثانية: تنمية قدرات أجهزة الدولة للعمل تحت ظروف الحرب دون التوقف عن الإنتاج والتنمية (تنمية قوى بشرية - تنمية اقتصاد وطني).

هذا وتتحدد الأهداف التفصيلية للإستراتيجية الإعلامية في الآتي:

أ- أن مسئولية الإعلام لتأكيد قدرة الدولة على مواجهة الصراع المسلح هو مسئولية مشتركة تخطط لها أجهزة الدولة المعنية وتنفذها وزارة الإعلام كجهاز مسئول عن تنفيذ السياسة الإعلامية والتي تحرص على:

(١) استمرارية الإعلام وعدم انقطاعه في أي وقت من الأزمات.

(٢) تأكيد المصداقية لكي يرتبط به الشعب دون أن يحول عنه السبق وإذاعة الأخبار والجاذبية في نشرها.

(٣) منافسة الإعلام الأجنبي حتى يكون مسموعًا ومرئيًا في الخارج.

(٤) تعميق الروابط النفسية بين المواطن وأجهزة إعلامه المملوكة للدولة، إذ يمثلان في النهاية الإعلام والمواطن أداة الدولة والدفاع عن مصالحها.

(٥) الوصول بالرسالة الإعلامية إلى المواطن الغربي بالشكل الذي يقنعه وبالمضمون الذي يؤثر فيه، وإظهار الوجه الحضاري لبلادنا، وأن الإسلام ليس دين الإرهاب.

(٦) «المطالبة بتبني نظرة أكثر واقعية وعلمية في منهجها للتخطيط الطويل الأجل بناء على إستراتيجية قومية تأخذ في اعتبارها الأهداف الواضحة والإمكانيات المتاحة والمستقبلية والمعيقات التي تواجهها، مما سيؤدي إلى إنجاز خطوات على طريق التقدم واجتياز عقبات التخلف والتحرر من التبعية» (١).

ب- كما تتحدد مجالات الإعلام والعمليات النفسية في نشر الثقافية بين أفراد المجتمع من خلال:

(١) تأكيد مفهوم الحرب والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة.

(٢) تلقين الشعب بمنظومة تحقيق الأمن الذاتي.

(٣) توضيح مهمة كل فرد ومؤسسة خلال مرحلة الصراع المسلح.

ج- إن العمليات النفسية لا يجب أن تتأسس على التخويف وإشعار المواطن بأنه مهدد في حياته اليومية، ولكن يجب أن يتميز الإعلام بالحساسية الشديدة في هذا المجال وتحقيق الأهداف بأسلوب علمي لتوصيل المعلومة دون خوف، بل عن إدراك بالمسئولية وتبادل المصالح بين الدولة والفرد.

محددات وركائز الإستراتيجية الإعلامية والنفسية للمواجهة في الحروب المعاصرة:

محددات سياسية:

أ- عدم التنسيق والتعاون فيما يخص العلاقات السياسية مع دول الجوار.

ب- وجود خلافات مع دول الجوار المباشر بما يؤثر على الأمن القومي (٢).

ج- مكانة الدولة ELITENEESS وهي مفهوم غير متبلور حتى الآن، ويقصد به المكانة النسبية التي تتبوؤها دولة ما في المجتمع الدولي وصورتها إلى الشعوب والدول الأخرى، وقد اتفقت الدراسات الأمبريقية على ارتباط متغيرات الصلات الثقافية وحجم التجارة وحصة الفرد من إجمالي الناتج القومي ومكانة الدولة بكم الأنباء والمعلومات

---

(١) صالح خليل أبو أصبع: «تحديات الإعلام العربي» المصداقية - الحرية - التنمية والهيمنة الثقافية (دراسات والإعلام) دار الشروق للنشر والتوزيع - مطابع الأرز، عام ٩٨، ص ١٠٠.

(٢) راسم محمد الجمال: «نظام الاتصال والإعلام الدولي، الضبط والسيطرة» - الدار المصرية اللبنانية - الطبعة الأولى، يناير ٢٠٠٥، ص ١٣٥.

المتبادلة بين الدول، وأثبتت وجود علاقات ارتباطية إيجابية بين هذه المتغيرات وكم الأنباء والمعلومات [1].

د- عدم وجود سياسة إعلامية واضحة، وتعمد صياغة أهدافها وخططها التفصيلية بأسلوب إنشائي من النادر الالتزام بها أو تطبيق بعض أهدافها، وخاصة فيما يتعلق بالحوار وتعدد الآراء والسماح للأحزاب بالتعبير عن مواقفها السياسية، ومن هنا فإن الفجوة بين السياسة المعلنة والممارسة الفعلية تزداد عامًا بعد عام.

هـ-القطب الإعلامي المهيمن يصاحب نمو النظام العالمي الواحد الذي يقوم على العولمة نتيجة تعاظم قدرات الولايات المتحدة الأمريكية ونفوذها داخل هذا النظام الواحد؛ ففي الوقت الذي جرى فيه استكمال الصورة النهائية لهذا النظام الإعلامي الدولي الواحد وتحول الولايات المتحدة الأمريكية بالتدريج إلى القطب المهيمن على هذا النظام، فهناك مراكز إعلامية دولية تمتلك قدرات إعلامية متميزة ولها نفوذ على المستوى الدولي، وإن كانت أقل قدرة وأضعف نفوذًا من الولايات المتحدة الأمريكية، مثل: بريطانيا وفرنسا وألمانيا واليابان، كما يجب ألا ننسى أيضًا أن روسيا الاتحادية أصبحت مركزًا رئيسيًا في النظام الإعلامي الدولي الجديد بعد أن كانت قطبًا في النظام الإعلامي الدولي القديم [2].

و- تبعية الإعلام للسلطة الحاكمة وخضوعها لهيمنة إعلام الدول الغربية المتقدمة من الناحية الأخرى، والتحدي الذي يواجه غالبية الدول النامية في القرن الجديد هو البحث عن نظرية إعلامية جديدة، ونقل صياغة جديدة للعلاقة بين الإعلام والسلطة من ناحية والإعلام والنظام الإعلامي العالمي الجديد من ناحية ثانية [3].

ز- عدم وجود تنسيق أو تكامل بين سياسات الإعلام القُطرية في الدول العربية؛ لأن النسبة الغالبة من القرارات أو توصيات هذه الأجهزة لا تنفذ، وعدم وجود رأي موحد حيال المشكلات الإعلامية المطروحة والقضايا الإقليمية.

---

(١) أحمد إبراهيم السرساوي: «دور الإعلام في التنمية الشاملة في ظل العولمة»، بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني - أكاديمية ناصر العسكرية العليا، ٢٠٠٣، ص ١٠٠.

(٢) موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد الخامس والعشرون / الكتاب السنوي، ٧٤ - ٩٩، ص ٦٤١.

(٣) موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد السابع والعشرون / الكتاب السنوي، ٧٤ - ٢٠٠١، ص ٧١٠.

ح- «تعدد الأجهزة الإعلامية الموجودة في الدول العربية يؤدي إلى عرقلة صنع السياسة، واتخاذ القرار بشكل خطير، فقد حددت مهام هذه الأجهزة بعبارات عامة، فعلى الرغم من أنه في الإمكان تمييز الخطوط التي تفصل بين سلطات هذه الأجهزة، فإنه من الصعب اكتشاف حدود مسئولياتها»(١).

ط- عدم استطاعة الإعلام أن يقوم بدوره المنوط به وهو: إطلاع الشعب على سياسة الحكومة وخططها وبرامجها، وفي الوقت ذاته يكشف عن رد الفعل الشعبي إزاءها، وهو الأمر الذي يكشف للحكومة حقيقة اتجاهات الرأي العام بما يساعدها على اتخاذ القرار السياسي الصحيح الملبي للرغبات الشعبية (٢).

محددات اقتصادية:

أ - جماعات المصالح السياسية والاقتصادية في الأنظمة الرأسمالية تضرب حرية الصحافة في الصميم وتوجهها بسلطان المال الوجهة التي تحقق أطماعها ومصالحها على حساب المصلحة العامة للبلاد، وتستخدم هذه الجماعات كل الطرق غير المشروعة واللاأخلاقية في سبيل تحقيق أغراضها وشرهها إلى مضاعفة ثرواتها، مثل: تزييف الحقائق، ونشر الأخبار الكاذبة، وتضليل الرأي العام لتغيير اتجاهاته (٣).

واستطاعت هذه القوى الاحتكارية بفضل ما تملك من رءوس أموال ضخمة أن تمتلك الكثير من المؤسسات الصحفية الكبرى ذات التأثير القوي على الرأي العام، وفرضت بذلك سيطرتها وهيمنتها على كل كلمة تنشر في الصحف التي تمتلكها، فلم تعد تلك الصحف تملك حرية التعبير عن آمال الجماهير وتطلعاتها وطموحاتها، وإنما أصبحت مجندة لخدمة أهداف كبار الرأسماليين والاحتكاريين.

ب- سوء توزيع الثروة يؤدي إلى خلق الأحقاد، وتمزيق وحدة المجتمع، وإشاعة الكراهية في صفوفه، وإحداث فجوة بين فئات الشعب وطبقاته المختلفة وبين الحاكم والمحكومين، ويؤدي إلى انقسام الأمة الواحدة إلى أمتين على حد تعبير السياسي البريطاني

---

(١) راسم محمد الجمال: «الإعلام العربي المشترك دراسة في الإعلام الدولي المرني»، مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الأولى، آيار / مايو ٨٥، ص ٤٣.

(٢) تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: المجالس القومية المتخصصة برئاسة الجمهورية الدورة الرابعة والعشرون، سبتمبر ٢٠٠٢ - يونيه ٢٠٠٣، ص ٨٧.

(٣) عبد الحميد حجازي: «الرأي العام والإعلام والحرب النفسية»، دار الرأي العربي - الطبعة الأولى ٨٧ - ص ٣٧٧.

«دزرائيلي»، واستطاع الحزب النازي أن يقفز إلى مقاعد الحكم باستغلال سخط الجماهير على الأوضاع الاقتصادية المتدهورة، ثم انحرف الحزب بالجماهير بعد ذلك إلى اتجاهات عنصرية وعدوانية انتهت بإشعال نار الحرب العالمية الثانية، وتدمير الشعب الألماني نفسه، وقد تنبه الاحتكاريون والاستعماريون إلى أهمية عنصر الأزمات الاقتصادية وتأثيره البالغ في الرأي العام للشعوب؛ فلعبوا على هذا الوتر الحساس واستثمروه في تضييق الخناق على الدول النامية التي تخضع لمشيئتهم وتقاوم سياساتهم الاستعمارية [1].

ج- تميز التبادل الإخباري بين الدول الصناعية والدول النامية باختلال نوعي إضافة إلى الاختلال الكمي، إذ إن نوعية الأخبار التي تبثها الوكالات الخمس الكبرى عن العالم الثالث تركز على الجوانب السلبية كالكوارث والاضطرابات تبعًا للمفهوم الغربي للخبر.

د- توظيف العديد من القوى الدولية لوسائل الإعلام لخدمة أغراضها وأهدافها الأيديولوجية والسياسية والثقافية؛ ففي مجال الإذاعة المسموعة، فإن الدول الصناعية الكبرى تتحكم في ٩٠٪ من الموجات الإذاعية في العالم، وتقوم وكالة الاستعلامات الأمريكية بنشاط إعلامي واسع النطاق على المستوى الدولي من خلال إنشاء المراكز الإعلامية - ١٧٨ مركزًا في ١١ دولة- وإنتاج الأفلام السينمائية وتوزيعها -٢٠٠ فيلم سنويًا- بالإضافة إلى استخدام إذاعة صوت أمريكا والتي تذيع أكثر من ألف ساعة في الأسبوع بـ ٤٢ لغة في العالم وتهدف إلى بث الأخبار التي تعبر عن الوجهة الأمريكية.

يقول عالم الإنثربولوجيا «فرانز بوا» FRANZ BOAS: «إن الحرب بصرف النظر عن نتائجها العديدة يجب أن تعتبر صورة من صور النشاط الاقتصادي، فمعظم الحروب والغارات بين الشعوب البدائية تشن للحصول على ثروات».

المحددات الاقتصادية الخارجية:

أ- وجود تكتلات اقتصادية جديدة أو عمليات الحصار الاقتصادي أو المقاطعة، أما الداخلية فتتمثل في ضعف الإمكانيات، أو عدم القدرة على استغلالها، والاعتماد على المعنويات الأجنبية وزيادة حجم المديونية والبطالة وعجز الميزان التجاري وتزايد التضخم وعجز الموازنة العامة وعجز الدول العربية عن قيام سوق عربية مشتركة قادرة

---

(١) المرجع السابق، ص ٢٠٣.

على مواجهة التكتلات الاقتصادية العالمية، وعدم اعتماد ميزانية لدعم الإعلام الوطني وعدم استطاعه توفير احتياجات الشعب خاصة خلال الحروب.

ب- تعاظم دور الإعلان [1] في المجتمعات الإنسانية؛ حيث أصبح يشكل قيمة محركة لاقتصاد السوق الحر نظرًا لفوائده المتعددة بالنسبة للمستهلك والمعلن ولوسائل الإعلام المختلفة «الإعلان هو الأداة الرئيسية التي تستخدمها المؤسسات الاقتصادية لتحقيق سياساتها التسويقية والترويجية، وبعض الصحف تخصص بعض صفحاتها لنشر إعلانات مستترة في صورة تحقيقات أو مقابلات صحفية مدفوعة القيمة دون أن تشير إلى أنها مادة إعلانية أو على الأقل مادة تسجيلية، وهو ما يمثل خداعًا لنسبة كبيرة من القراء، وظاهرة الخلط بين الإعلان والإعلام تمتد لتشمل معظم الصحف لا فرق بينها وبين الصحف القومية أو الحزبية أو الخاصة، وأغلبها تخصص أبوابا للموضوعات الاقتصادية» ونرى أن المادة الإعلانية أصبحت تمثل النسبة الأكبر من حجم الصحيفة، كما أنها تعتبر في حقيقة الأمر مادة مقدمة لصالح المعلنين لأنها تتناول قضاياهم ومطالبهم.

وترى الباحثة: أن الخلط بين الإعلان والإعلام يحدث ليس فقط في الصحف؛ وإنما في جميع وسائل الإعلام، وأصبحت المادة هي المسيطرة، ويكمن الخطر في تسرب الكثير من الإعلانات بطرق ملتوية، بل إن هذه الإعلانات قد تساهم في إفساد العادات والتقاليد الخاصة بنا، مع العلم بأن هذا يتعارض مع نصوص القوانين والتشريعات الصحفية، كما أن الإعلام والعمليات النفسية جعلا من الإنسان وحشًا فاغرًا فاه يسعى لالتهام كل ما تنتجه دول الغرب؛ سواء أكان المرء بحاجة إلى منتجاتهم، أم لمجرد مجاراة الموضة.

ج- من النادر أن تقوم صحيفة مصرية بالإنفاق على دراسة علمية لمضمونها وشكلها وكتابها واتجاهات القراء، بل إن أغلب الصحف المصرية لا تعرف قراءها بدقة؛ لأن اتجاهات وآراء القراء تتغير من عقد إلى آخر، والأخطر أن أرقام توزيع الصحف المصرية تعتبر شيء لا يجرؤ أحد على معرفته [2].

وترى الباحثة: أن هذا يؤدي إلى عدم معرفة آراء واتجاهات الجمهور، سواء قراء، أو مشاهدين، أو مستمعين وكذلك عدم معرفة طبيعة الموضوعات التي تجذبهم، كما يدل على

---

(١) تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ٩٧.

(٢) عبد الحميد حجازي: مرجع سبق ذكره، ص ٢٣٥.

عدم وجود أجهزة لقياس استطلاع الرأي كما يحدث في الغرب، وقد تكشفت أمام الـرأي العام الأسباب الحقيقية للحروب والتي يشنها الاستعمار، وذلك نتيجة قيام النظم الناشئة واستيلائها على الحكم، ثم رفع هذه الدول لشعارات القوة والتفوق.

محددات اجتماعية:

أ - هناك انفصال كامل بين مشكلات وهموم الجماهير (احتياجات المستهلك السياسي) واهتمامات وسائل الإعلام [1]، حيث تجاهلت البرامج الإعلامية مناقشة قضايا جماهيريه، مثل مشكلات المرأة العاملة، التطرف الديني، وكذلك قضايا انخفاض مستوى الدخل والأجور ومشكلات التعليم.

ب- السلوك السياسي والاجتماعي [2] للنظام الإعلامي المصري غير مهيأ للإصلاح السياسي والاجتماعي والتحول الديمقراطي وبث المذاهب والأيديولوجيات الهدامة من الغرب، إثارة الفتن والصراعات بين فئات الشعب المختلفة، النظام الإعلامي في أي مجتمع ليس سوى انعكاس للنظام السياسي والاجتماعي السائد في هذا المجتمع ودرجة التطور الحضاري به.

ج- السلبية واللامبالاة:

القيم الأساسية التي يكتسبها الطفل العربي منذ ولادته تدور حول الانتماء للعائلة وليس للوطن، إن ما يقوم بين الشعب والسلطة من أزمة الثقة هو تعبير عما يسود العلاقة بينهما من عدم انسجام وبراهين.

د- التشكك في مصداقية أجهزة الإعلام:

تكمن جذور هذه الظاهرة في النظام التربوي والاجتماعي ؛ حيث ينشأ الصغار على الإذعان والتلقين والمعاشرة؛ فالنظام ينشئ الطفل على عدم الثقة في آرائه الخاصة ويشجعه على قبول آراء من هم أقوى منه أو أعلى منزلة، ومن ثم تصبح الطاعة في العائلة العربية نتيجة الخوف أكثر مما هي نتيجة للحب والاحترام [3].

هـ- الانفعالية وسرعة الاستهواء:

يتسم المزاج العربي بالانفعال السريع ومَرَدُّ ذلك إلى العصبية القبلية وشيوع القيم

---

(١) راسم محمد الجمال: «نظام الاتصال والإعلام الدولي»، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٩.

(٢) السيد عليوة: «إستراتيجية الإعلام العربي»، مرجع سابق ذكره، ص ١٣٥.

(٣) المرجع السابق، ص ١٣٥.

التقليدية، فعلى الرغم من اختفاء معظم التجمعات العربية القبلية من البلاد العربية حافظت القبيلة على معظم عوامل قوتها ووحدتها وعلى الكثير من محتوياتها الفكرية وتمشيًا مع طبيعة التطور[1].

وترى الباحثة: أن شيوع الأمية من أهم الأسباب المؤدية للانفعالية وسرعة الإيحاء، وهذا ما جعل الحياة العربية المعاصرة مفتقرة إلى العنصر العقلاني في التوجيه والإرشاد.

و- سيادة الانطباعات الجامدة:

تسود بعض القوالب النمطية المغلوطة عن العالم الخارجي، وذلك بالطبع ناتج من نمط الحياة التقليدي الاتباعي، حيث تتوجه أنظار الأفراد وأفكارهم وردود أفعالهم نحو التقاليد العريقة والسنن السلفية والمتوارثة، مما يجعل الفرد في مثل هذه المجتمعات محافظًا[2]؛ يظن أن النجاح والفشل لا يرتبطان بجهد الإنسان وعمله ضمن خطة إرادية محددة بل هو ضرب الحظ أو من قبيل المصادفة أو لأنه المكتوب.

ز- انتشار الفقر والبطالة وارتفاع الأسعار بصورة جنونية من أهم الآثار الاجتماعية التي تتأثر بها المجتمعات المصرية والعربية.

محددات تقنية في المجال الإعلامي:

أ- عدم التعامل مع الواقع والتغافل عن[3] قصد أو بدون قصد عن المتغيرات المؤثرة على الرأي العام المصري والعربي وعلى النظام الإعلامي ذاته.

ب- نقص المعلومات والبحوث التي يبنى عليها التخطيط، ولا تخفى أهمية المعلومات في التخطيط الإعلامي مهما كان مستواه؛ فالعرب لا يعرفون على وجه التحديد حجم الطاقات الإعلامية المتوافرة لديهم ولا يعرفون أيضًا الاستخدام الأمثل لهذه لتحقيق الأهداف القومية.

ج- عدم إدراك العرب لأهمية التخطيط الإعلامي على المستوى القطري وضعف مستوى القائمين على التخطيط الإعلامي على المستوى القومي، وعدم تكامل الخطط الإعلامية الموضوعة، وعدم وجود خطط معاونة أو بديلة أو تفصيلية متفرعة.

---

(١) المرجع السابق، ص ١٣٦.

(٢) السيد عليوة: مرجع سبق ذكره، ص ١٣٦.

(٣) راسم محمد الجمال: «الإعلام العربي المشترك»، مرجع سبق ذكره، ص ٥٠.

د - يفتقر تخطيط الإعلام العربي المشترك إلى الإستراتيجية والمرونة.

هـ- غياب المعلومات الدقيقة عن الجماهير المستهدفة حيث لا يتوفر للأجهزة العربية القائمة بالتخطيط معلومات تفصيلية كيفية وكمية عن الجماهير المستهدفة وآرائها واتجاهاتها وخصائصها العامة من النواحي الجغرافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفسية [1].

وترى الباحثة:أن الأدوات المختلفة لوسائل الإعلام تتابع ما يجري من أحداث ويتم عرضها أو نشرها دون إجراء تحليل علمي لمضمونها، وهل هي أخبار صحيحة، أم دعاية، أم خداع، مما يترك الجمهور المستهدف فريسة للتصورات والتخمينات العشوائية والتي تؤثر بدورها علينا وعلى أمننا القومي.

و- عدم المساواة في موارد المعلومات نتيجة لاحتكار وكالات الأنباء الخمس الكبرى لموارد المعلومات ، مما يؤكد بقاء الحقبة الاستعمارية المتمثلة في نوع من الاستعمار السياسي والاقتصادي والثقافي، نتيجة لاختلال التوازن في الإعلام، وهيمنة وسائل الإعلام الدولية حيث يحصل العالم على ٨٠٪ من أنبائه من لندن وباريس ونيويورك.

ز- إن وكالات الأنباء الدولية وغيرها من المؤسسات الإعلامية الدولية تلعب دورًا أساسيًّا في وضع أجندة الاهتمامات والأولويات للحكومات والمنظمات والرأي العام، وتدفع واضعي السياسة ومتخذي القرار إلى تبني مواقف واتخاذ قرارات تتكيف مع ما توحي به المعلومات التي تشكلها وسائل الاتصال الدولية [2].

ح- هيمنة المادة الإعلامية الغربية والمضمون البرامجي المنتج في بيئات غربية على النطاق الدولي، وتتضح هذه الهيمنة في المجال التليفزيوني، في مجال سيطرة أربع شركات غربية رئيسية هي: وكالة الأخبار المصورة البريطانية، واليونايتد برس، نيوز، والوكالة الألمانية، على مجال الأخبار التليفزيونية المصورة، وهذا يتضح من خلال حجم الأفلام والبرامج والمسلسلات التي تبيعها الدول الغربية.

---

(١) المرجع السابق، ص ٥١.

(٢) راسم محمد الجمال: «التسويق السياسي والإعلام»، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٨.

ط- وكالات الأنباء الدولية كانت ومازالت مرتبطة بحكومات دولها ؛ وذلك لتأمين احتياجاتها من الاتصالات السلكية واللاسلكية، ولضمان تأمين الدعم المالي، وتعتبر الوكالات الغربية المصدر الرئيسي لما ينشر في الصحف العربية من أنباء عن العالم الثالث، وفي هذا الصدد تأتي رويترز في المقدمة تليها وكالة الأنباء الفرنسية وأخيرًا الوكالتان الأمريكيتان [1].

ى - نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجالات الاتصال والإعلام العديدة.

ك- انخفاض القدرة الإنتاجية للدول النامية في مجال معدات وأجهزة الاتصال والإعلام.

ل- استعداد غير كاف من قبل الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بناها الأساسية في مجال الاتصال.

م- وسائل الإعلام الكبرى لا تأخذ في حساباتها الأهمية الموضوعية الحقيقية لرسائلها الإعلامية ولا تهتم باحتياجات الدول النامية.

ن- انسياق القنوات الفضائية المصرية الخاصة نحو الإثارة، فبالرغم من أن مجلس إدارة المنطقة الحرة الإعلامية قد أصدر عددًا من الضوابط للأنشطة الخاصة بتلك القنوات، ومنها عدم السماح بالترخيص للعمل داخل المنطقة الحرة لقنوات ذات صبغة دينية، أو حزبية، أو تدعو للجنس، أو العنف، وأن تلتزم الشركات التي يرخص لها بالعمل في المنطقة بميثاق الشرف الإعلامي.

س- ضعف مضمون البرامج الإذاعية والتليفزيونية عن خدمة جهود التنمية بسبب سيادة الوظيفة الترفيهية لتلك البرامج على ما عداها من وظائف أخرى أهم للإعلام، مثل: نقل الأخبار وتفسيرها لمنع تطرف الجماهير وخروجها عن الحدود المقبولة، ونقل التراث الاجتماعي والثقافي لتحقيق التآلف بين آراء الشعب، وخلق روح الولاء والانتماء للوطن، واستحوذت المواد الترفيهية على أغلب الوقت والجهد بنسبة ١٢ ,٤٢٪ في قنوات التليفزيون من إجمالي ساعات الإرسال ٢٠٠٠ / ٢٠٠١ بينما وصلت لـ ٣٥٪ من إجمالي ساعات الإرسال الإذاعي عن العام نفسه [2].

---

(١) المرجع السابق، ص ١٤٢.

(٢) محمد شومان: «العولمة ومستقبل الإعلام العربي»، مركز الدراسات السودانية - القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١١٩.

ع- البطء النسبي في اتباع قواعد العمل المهني المتمثل في: عدم تحقيق السرعة والسبق وتدفق المعلومات، مما يضعف من المصداقية والثقة في الإعلام المصري.

ف- خضوع الإعلام لسيطرة الدولة، وتعدد أشكال الرقابة، حيث ينظر لتبعية اتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى وزارة الإعلام على أنها نوع من سيطرة الدولة بجانب تعدد أشكال الرقابة ومنها عدم وجود قانون يتيح حرية المعلومات.

ص- الصحافة الصفراء التي تعتمد على الإثارة والشائعات، وسميت بذلك لاعتمادها على الورق الرخيص المائل للاصفرار لتحقيقها أكبر قدر من الربح، وتعمد إلى المبالغة والإثارة وتجهيل المصدر وادعاء الصراحة والجرأة وعدم إلزامها بتشغيل الصحفيين المهنيين أعضاء النقابة؛ لأن ترخيص إصدارها يأتي من الخارج بمبالغ زهيدة بعد أن أغلقت الإجراءات الإدارية الباب أمام حق إصدار الصحف.

محددات تتعلق بالعولمة:

أ- صد العولمة بات مستحيلًا بل أصبح من المتعذر رفض الاندماج في النظام الكوني الجديد، حيث أصبح الدخول فيه واقعا لا مفر منه، ولن يتأتي ذلك إلا من خلال إرادة قوية للبقاء والمنافسة في السوق العالمي؛ وبالتالي تحصين الهوية وتحقيق الاستقرار والأمن الجماعي المتواصل [١].

ب- تعمل العولمة على تغريب الثقافات والتقنية الحديثة واحتكارها على مستوى أكثر قوة مثل: وسائل الإعلام والتقنية الحديثة، وأن العزلة الاجتماعية والثقافية لم تعد تقاس بالمسافة المكانية وحدها وإنما بنقص الاتصالات البشرية [٢].

وترى الباحثة: أن كل ما تبثه القنوات الفضائية له تأثير سلبي، وكما أن له جانب إيجابي، حيث إن زيادة عدد القنوات الفضائية يثري الساحة الإعلامية، ويزيد من المنافسة على تقديم وجبة إعلامية دسمة، حيث إن تعدد القنوات يدعم المنافسة في تغطية الأحداث لحظة حدوثها ويدعمه بالمعلومات والتقارير بشكل لم يكن متاحًا من قبل، مما يدفع المشاهد لاختيار القناة المناسبة التي تبث له الرسائل الإعلامية الكاملة، كما أصبح لديه فرصة للتحقق من صحة الخبر عبر العديد من المواقع على الإنترنت.

ج- تلعب التقنيات الحديثة دورًا أساسيًا في إعادة أو إحياء الثقافات المحلية (ثقافة

---

(١) أحمد مجدي حجازي: «الندوة الإستراتيجية عن العولمة وآثارها على الأمن القومي المصري»، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا - القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٦٠.

(٢) وجدي شفيق: «عولمة الإعلام والتغير والمجتمع العربي»، دراسة حالة مصرية - دار مكتبة الإسراء، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص ٣٦.

الأقليات) والبدء في بلورة ثقافة عالمية على حساب الثقافات الوطنية، سواء كـان ذلـك في الدول المتقدمة، أو في الدول النامية، فإن الثقافات الوطنيـة عمومًـا أصـبحت تعـاني مـن الضعف والعجز عن حماية مواقعها التقليدية، وأدى ذلك بطبيعة الحال إلى وجود ثقافتين؛ ثقافـة الـصفوة (الثقافـة العالميـة) وثقافـة الجماهـير الـشعبية (الثقافـة المحليـة) بتيـاراتها واتجاهاتها المختلفة، ومـن هـذه الثقافـات مـن تحـاول -كـرد فعـل عـلى هـذه الهجـمات الكاسحة- إحياء السلفية والحفاظ على التراث وخصوصيته العرقية أو الدينية أو التاريخية أو القبلية[1].

د - البث الفضائي الوافد وما يملكه من قدرات انتشار تفوق قدرة الإعلام المصري، أو فيما يحمله البث الوافد من أفكار قد تضر بجهود التنميـة وتـؤثر عـلى الجماهـير، حيـث يـشهد العـالم حاليًـا تنافـسًا شـديدًا بـين المحطـات التليفزيونيـة الفـضائية للاسـتحواذ على أكبر عدد ممكـن مـن الجماهـير، ومـن ثـم تحقيـق الأهـداف التـي تـصبو إليهـا تلـك المحطات[2].

البرنامج الفضائي الإسرائيلي:

سيمكن إسرائيل من الاعتماد على قدراتها الذاتية في تصنيع وتشغيل وإطلاق أقمارهـا الصناعية، لاسيما أن التعاون الأمريكي الإسرائيلي في هذا المجال سيمنحها الكفة الراجحة في ساحة الصراع الإعلامي الفضائي.

ولا ننس استغلال إسرائيل للتكنولوجيا الغربية التي وضعت تحت تصرفها مـن دون شروط
في تصنيع أقمارها الـصناعية وإطلاقهـا ودخولهـا عـصر التـصنيع الفـضائي وتكنولوجيـا الاتصال[3].

الإنترنت وتطبيقاتها والصحافة الإلكترونية:

يمثل الإنترنت تحديا أمام وسائلنا الإعلامية التقليدية من صحافة وإذاعة وتليفزيـون بما تضمنه من آلاف المعلومات في شتى مناحي المعرفـة الإنـسانية، بجانـب آلاف الـصور

---

(١) المرجع السابق، ص ١٠٩.

(٢) أحمد السرساوي، مرجع سبق ذكره، ص ٧٤.

(٣) إياد شكري البكري: «حرب المحطات الفضائية»، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ١٩٩٩، ص ٢١٧.

الثابتة والمتحركة والأغاني والموسيقى، بل والأفلام أيضًا، وكلها مواد إعلامية يمكن أن تتضمن «السم والعسل» بمعنى وجود مواقع مجهولة المصدر يمكن أن تستخدم لتغيير أساليب ومنظومة القيم المصدقة، كما أن الصحافة الإلكترونية من خلالها يمكن الاطلاع على مختلف صحف العالم [1].

محددات الإعلام الخارجي:

أ- نقص المواد الإعلامية في السفارات وندرتها أحيانًا لأسباب إدارية روتينية، وعدم وجود اعتمادات مالية لدى غالبية السفارات للصرف على بند الإعلام، واعتماد الإعلام المصري الخارجي على رد الفعل، ولا يقوم بطرح القضايا، ولا يتابعها كقضايا الإرهاب والتفرقة بين الإرهاب والمقاومة والفتنة الطائفية وهي قضايا يثيرها الإعلام الغربي بصورة مضللة.

ب- يخاطب نفسه أكثر مما يخاطب الآخر ويكون الاعتماد الكامل على الموارد الحكومية وميزانية الدولة دون مشاركة بين المؤسسات العلمية والمنتديات الفكرية العالمية مقارنة بما يوجد في دول أقل حجمًا وشأنًا [2].

ج- الاعتماد غالبًا على الرأي الرسمي والحكومي دون إعطاء فرص أو مساحات كافية للاجتهاد الحر، فضلًا عن اعتماد معظم المحللين والكتاب على تقديم تبريرات دفاعية وخطابية لمؤازرة الموقف الرسمي.

د- عدم وجود دور واضح للكتاب المصريين في مختلف المجالات بسبب عدم وجود ترجمات جيدة لأهم الكتب المصرية الحديثة إلى اللغات الأجنبية ليتعرف من خلالها «الآخر» بكل فئاته على التقدم العلمي، والثقافي، والاجتماعي، والفني الذي أحرزته مصر، وإصلاح الصورة النمطية المشوهة للعرب، كإظهار الإنسان العربي متخلفًا وإرهابيًا، وحكوماته مستبدة ومنتهكة لحقوق الإنسان.

هـ- الانحياز الأمريكي والغربي لإسرائيل واعتبارها واحة الديمقراطية في المنطقة، وتحويل صورة اليهودي التاجر المرابي إلى الإسرائيلي البطل المقاتل، مع إلصاق صفة الجبن

---

(١) محمد شومان: «العولمة ومستقبل الإعلام العربي» ط مرجع سبق ذكره، ص ٧٥.

(٢) تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: الدورة الرابعة والعشرون - مجلس الوزراء، ٢٠٠٢ - يونيه ٢٠٠٣، ص ٦٠.

والضعف بالعربي، والتأكيد على أن أمريكا وإسرائيل مرتبطتان بقيم وروابط ثقافية مشتركة وتراث أخلاقي وديني مشترك.

و- بعد أحداث ١١ سبتمبر تم استخدام التضليل الإعلامي كذريعة للأنشطة والقرارات السياسية الأوروبية والأمريكية ضد العرب بوجه عام، كما يقدم الإعلام الغربي صورة سلبية أخرى لجمهوره حول شخصية الإنسان العربي والمسلم، وكان من نتيجة ذلك أن الإسلام يقوم في الغرب على أنه تهديد للحضارة الغربية، وساعد على تأكيد هذه الفكرة ما تقوم به بعض الجماعات المتطرفة من دعوة لممارسة العنف [١]، ومن المدهش قبل بدء حرب العراق المظاهرات التي عارضت الحرب في معظم دول العالم وأنها تختلف تمامًا مع توجهات بعض النظم الحكومية القائمة في تلك الدول، وبالتالي فقد ظهر رأي عالمي يعترض بقوة على العدوان ويطالب باحترام سيادة استقلال الشعوب وحل النزاعات بالطرق.

المدى الزمني لتحقيق الإستراتيجية:

أولًا: المدى العاجل ويتم خلاله الإجراءات الآتية:

(١) تفعيل التحرك الدبلوماسي من خلال تفعيل قنوات الاتصال المشتركة.

(٢) بقاء الإعلام العربي مضادا للقوى المعادية.

(٣) تفعيل آليات العمل الإعلامي العربي المشترك.

ثانيًا: المدى القريب من (٣: ٥ سنوات):

(١) تفعيل سياسة الدولة على المستويين الإقليمي والدولي.

(٢) إعداد المسرح الإقليمي في مواجهة القوى المعادية.

(٣) التصدي للقوى والأنشطة المعادية أو التهديدات التي تستهدف النيل من استقرار الدولة واختراق صفوف القوات المسلحة للتأثير على آراء واتجاهات الأفراد بها في محاولة لاكتساب تأييدها أو حيادها مرحليًا من خلال كشف كذب وخداع الأفكار الخاطئة والمضللة والتي تتمثل في فرض الوصاية والوصول إلى الحكم تحت ستار ديني.

(٤) تحصين أفراد القوات المسلحة ضد الحملات المعادية والعمل على إزالة الآثار الناجمة عن تلك الحملات.

---

(١) المرجع السابق، ص ٦٣.

(٥) رفع الروح المعنوية وتقوية إرادة الرجال والحفاظ على الاستعداد والكفاءة القتالية، من خلال:

(أ) توعية الأفراد بحقوقهم وبما تقدمه القوات المسلحة من تيسيرات لتخفيف مشاكلهم الاقتصادية والاجتماعية.

(ب) الإعلام المستمر والموقوت بكافة التوجهات والأوامر الصادرة عن السيد وزير الدفاع والإنتاج الحربي وكافة المسئولين.

(ج) التوعية العلمية الصادقة والمتفائلة بمشاكل المجتمع (اقتصادية - سياسية - اجتماعية) وإمكانية التوصل إلى حلول جذرية [١].

(د) التوعية الدينية المستمرة لأفراد القوات المسلحة بأهمية القوة لحفظ السلام في المنطقة وإبراز المتغيرات الإقليمية والعالمية المؤثرة على الأمن القومي المصري والعربي.

ثالثًا: أهداف متوسطة المدى (٥ - ١٠ سنوات):

(١) رفع مستوى الطموح وغرس روح التحدي بين الأفراد لخلق حياة مستقرة بتوحيد الجهود، وإعادة مبدأ التعاونيات الاقتصادية، وإنشاء التجمعات الاقتصادية الخاصة الصغيرة القادرة على تنفيذ مشاريع اقتصادية [٢].

(٢) بث الأمل في النفوس بين الأفراد من خلال إيضاح ما تقوم به القوات المسلحة من خلال فتح آفاق وأبواب عمل جديدة في كافة مجالات العمل المباشرة وغير المباشرة، من خلال تطوير برامج التدريب والتعليم الفني والمهني والحرفي.

(٣) إزالة الآثار النفسية الناتجة عن الحملات المعادية أو التي تنجم عن أعمال العنف والعمليات الإرهابية.

رابعًا: أهداف بعيدة المدى (أكثر من ١٠ سنوات):

يهدف التخطيط وبلوغ الأهداف الإستراتيجية في محاولة لحشد وتنسيق إمكانات

---

(١) ياسر رزق: «دور الإعلام والتنمية الشاملة» بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، ٩٧، ص٦٦.

(٢) عبد الرحمن الهواري: «التحديات الموجهة لأمن مصر القومي»، دراسة منشورة - الدار العربية للنشر والترجمة، القاهرة ٩٧، ص ١٥٣.

العرب الإعلامية القومية والقطرية، مثل: تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي، ومحاربة الدعاية الصهيونية، وشرح وجهة النظر العربية في الصراع العربي الإسرائيلي، وتقوم هذه الخطة على توزيع الأدوار بين الأقطار العربية بالاشتراك مع الجامعة وحشد كل إمكانات العمل العربي المشترك [١].

* * *

(١) راسم محمد الجمال: «الإعلام العربي المشترك»، مرجع سبق ذكره، ص ٥٢.

المبحث الثاني
الركائز والإستراتيجية الإعلامية المقترحة

ومع تزايد دور الإعلام في إطار التخطيط القومي لكل قوى الدولة الشاملة فقد بات واضحًا أنه قد آن الأوان لاستخدام الإعلام بتخطيط علمي متكامل، وأن يكون أحد القوى المؤثرة خاصة خلال الحرب، هذا وقد استخدم الإعلام كإحدى القوى الشاملة للدولة في إطار الحروب المعاصرة، وحدثت طفرة كبيرة خاصة في ضوء اشتعال حرب الفضائيات، وأدى ذلك إلى بروز نوع من الصراع أطلق عليه الصراع الإعلامي الذي استخدم الأسلوب الدعائي والنفسي من أجل تحقيق أهدافه، ومن ثم يلعب الإعلام دورًا مهمًا في الحروب المعاصرة، ويقتصر تحقيق أهداف العرب القومية على وضع إستراتيجية قومية تقوي وتدعم روح العمل العربي، وتضمن أفضل استخدام للقدرات العربية في السعي لبلوغ الأهداف القومية في ضوء التطورات والمتغيرات القومية والدولية من خلال التوظيف الأمثل لقدرات الإعلام العربي القائم على التنسيق والتكامل وليس المنافسة، وإحداث تغيير إيجابي في الرأي العام العالمي بتصحيح صورة الإنسان العربي، وإيضاح الحقائق المتعلقة بالأمة العربية، وإقامة جسر من التفاهم البناء مع جميع شعوب العالم في خدمة التعاون والتضامن والتعاطف العالمي مع العرب وقضاياهم.

ركائز إستراتيجية المواجهة للحروب المعاصرة[1]:

أ- **الصحافة**: تعددت الصحف الصادرة في مصر اليوم، وتنوعت ما بين قومية وحزبية ومستقلة، وهو أمر ليس بالغريب على مصر؛ فمصر أول بلد عربي عرف الصحافة منذ عام ١٨٢٨ حين صدر بها أول صحيفة رسمية تحت اسم «الوقائع المصرية»، ثم خرجت الصحف الشعبية فيما بعد إلى حيز الوجود حين صدرت أول صحيفة شعبية في مصر عام ١٨٦٧ تحت اسم «وادي النيل»، وشيئًا فشيئًا توالى صدور الصحف المختلفة لتكون انعكاسا للأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة عبر كل مرحلة من مراحل تاريخ مصر.

ب- **الإذاعة «صوت مصر المسموع»**: الإذاعة المصرية دعامة رئيسية من دعائم

(١) الكتاب السنوي للهيئة العامة للاستعلامات، وزارة الإعلام، ٢٠٠٥.

الإعلام المصري في الداخل والخارج؛ فهي صوت مصر المسموع عبر الأثير منذ افتتاحها رسميًا في ٣١ مايو ١٩٣٤، لعبت الإذاعة على مدار تاريخها الطويل دورًا كبيرًا في التعليم والتثقيف وصنع القرارات السياسية التاريخية، ويضم القطاع ٩ شبكات رئيسية ساهمت في تحقيق العديد من الإنجازات حيث بلغ إجمالي عدد ساعات البث لجميع الشبكات الإذاعية خلال عام ٢٠٠٤ / ٢٠٠٥ حوالي ١٨٩٥٥٠ ساعة بمتوسط يومي ٥١٩ ساعة، كما بلغ إجمالي عدد المحطات الإرسال المسموع ٢٥٨ محطة بقدرة إجمالية ١٣٧٨٢ ك وات.

ج- نشر إرسال الإذاعة المصرية بمختلف شبكاتها إلى أوروبا وأمريكا وآسيا عن طريق استخدام الأقمار الصناعية في البث الإذاعي «النايل سات» و«اليوتل سات» إضافة إلى الإذاعات الموجهة إلى جميع أنحاء العالم بـ ٣٨ لغة من بينها اللغة الصينية واليابانية والأسبانية والبرتغالية.

د - الإذاعة الموجهة الـ FM:

افتتحت ثماني إذاعات متخصصة جديدة تبث عبر الـ FM في كل من القاهرة والإسكندرية والغردقة، تم إنشاء موجة FM جديدة في مدينة العريش لبث البرنامج العبري: «كول كاهير» وهو برنامج موجه للشعب الإسرائيلي لتعريف بعدالة القضية الفلسطينية، هذا إلى جانب إنشاء إذاعتين تجاريتين كمشروع مشترك بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون وشركة CNE.

هـ- التليفزيون واجهة مصر الحضارية: افتتح التليفزيون المصري في ٢١ يوليو عام ١٩٦٠، حيث يمثل أحد الركائز الأساسية في منظومة الإعلام الوطني المصري كواجهة حضارية لمصر.

(١) القنوات المركزية:

القناة الأولى والقناة الثانية.

(٢) القنوات الإقليمية وخدمة التنمية المحلية:

القناة الثالثة: «القاهرة الكبرى»، الرابعة: «مدن القناة»، الخامسة: «الإسكندرية»، السادسة: «وسط الدلتا»، السابعة: «شمال الصعيد»، الثامنة: «جنوب الصعيد».

(٣) القنوات الفضائية تحقيق للتواجد المصري في الخارج، وتشمل ٣ قنوات رئيسية وهي:

(أ)القناة الفضائية المصرية الأولى: يغطي إرسالها جميع الدول العربية ومعظم الدول الأفريقية والأوروبية والآسيوية، كما يتم مشاهدتها أيضًا في فرنسا، تبث القناة إرسالها ٢٤ ساعة يوميًا.

(ب) القناة الفضائية المصرية الثانية الموجهة لأمريكا: يتم بثها بتوقيت الساحل الشمالي لأمريكا منذ يناير ٢٠٠٢ بهدف التعريف بوجهة النظر المصرية إزاء مختلف القضايا.

(ج) قناة النيل الدولية: أول قناة تذيع برامجها باللغتين الإنجليزية والفرنسية، ومنذ يناير ٢٠٠٢ أضيفت إليها اللغة العبرية تبث إرسالها لمدة حوالي ٢٠ ساعة يوميًا ليستقبلها المشاهد المصري والأجنبي داخل مصر، كما يصل إرسالها إلى جميع الدول العربية ومنطقة الشرق الأوسط ونصف أفريقيا الشمالي والولايات المتحدة الأمريكية وجميع الدول الأوروبية.

(د) القنوات المتخصصة انعكاس لعصر الإعلام المتخصص: قناة النيل للأخبار، قناة النيل للدراما، قناة النيل للرياضة، قناة النيل للمعلومات، قناة النيل الثقافية، قناة النيل للأسرة والطفل، قناة النيل للمنوعات، قنوات النيل التعليمية (٧ قنوات) ابتدائي - إعدادي - ثانوي - فني - لغات - المعارف - محو الأمية، قناة المنار للبحث العلمي، قناة التعليم العالي، قناة التنوير، ومنذ أغسطس عام ٢٠٠٥ بدأ بث القنوات بدون تشفير على الإرسال الأرضي.

(هـ) النايل سات انطلاقة لعصر الأقمار الصناعية:

القمر الصناعي المصري (نايل سات ١٠١) و(نايل سات ١٠٢) نقلة حضارية وتكنولوجية لمصر في عصر الأقمار الصناعية ونتاج جهد طويل ومتواصل منذ نهاية الستينيات وأوائل السبعينيات حيث وقع الرئيس مبارك في مايو ١٩٩٥ على الوثيقة التاريخية لبدء تصنيع وإطلاق أول قمر صناعي مصري (نايل سات)، فكان القمر الأول عام ١٩٨٨ وتلاه الثاني عام ٢٠٠٠.

(و) النايل سات خدمة قومية وإستراتيجية لمصر:

خدمة قومية وإستراتيجية كبرى يقدمها القمر نايل سات ١٠١ ونايل سات ١٠٢ لمصر سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى العالمي، وتتمثل في توصيل الخدمات الإعلامية لكافة المناطق العمرانية في مصر بدءًا من شمال سيناء حتى توشكى والعوينات والوادي الجديد، ولنايل سات وسيلة فعالة لمواجهة التدفق الفكري والثقافي والإعلامي

الوافد إلى المنطقة عبر الأقمار الصناعية من خلال دوره كبديل محلي جيد يعبر عن المجتمع المصري ويلبي احتياجاته، نقل وتوطين خبرة إنشاء وتشغيل الشبكات، أما على المستوى العالمي؛ فالقمران ساهما في تعميق التفاعل مع الثقافات الأخرى ونقل صورة عن الحضارة المصرية لجميع أنحاء العالم في إطار احترام الهوية والخصوصية المصرية.

(ز) **قنوات إذاعية وتليفزيونية على النايل سات:** يبث كل من القمر الأول والثاني معًا ٢٤ قناة فضائية قمرية مضغوطة تبث أكثر من ١٨٠ قناة تليفزيونية و٨٠٠ محطة إذاعية مصرية وعربية ودولية، وقد أصبح على القمرين الصناعيين حتى منتصف عام ٢٠٠٥ ما يقرب من ٢٦٢ قناة منها قنوات للمشاهدة وثلاث قنوات للتزويج العقاري و١٤ قناة للأغاني والبقية للنقل بخلاف استخدامات الإذاعة والإنترنت وللمرة الأولى في الشرق الأوسط دخلت مصر عصر النظم والخدمات التفاعلية من خلال أحدث خدمات النايل سات المتمثلة في البث التفاعلي أو خدمة «المشاهدة حسب الطلب» والتي بدأت في فبراير ٢٠٠٢ عن طريق بث عشر قنوات فضائية جديدة بالاشتراك مع مجموعة «الشوتايم» العالمية.

(ح) **مدينة الإنتاج الإعلامي أكبر صرح للإنتاج الدرامي:**

واحدة من أهم وأحدث روافد الإعلام المصري المدعمة بأحدث وسائل التكنولوجيا ورعيل من الفنانين والكتاب المبدعين والفنيين المهرة لتصبح قبلة المبدعين في كل فن من الفنون يقصدونها في مساحتها المترامية بمدينة السادس من أكتوبر، وفي يونيو عام ٢٠٠٢ أعلن الرئيس مبارك اكتمال مدينة الإنتاج الإعلامي، والتي تمثل نقلة حضارية للإعلام المصري بصفة عامة ينطلق بها للآفاق العالمية ولتصبح: «هوليود الشرق» وأكبر صرح لإنتاج الأعمال الدرامية والإنتاجية في الشرق الأوسط.

(ط) **المنطقة الحرة الإعلامية منطقة جاذبة للاستثمار في مجال الإعلام:**

في عام ٢٠٠٠ صدر قرار بإنشاء منطقة حرة ذات طابع خاص تخصص لنشاط الإنتاج الفني والإعلامي، وتعد المنطقة الحرة أكبر منطقة إعلامية في الشرق الأوسط والمقر الرئيسي للشركات العالمية الفضائية، بما يجعل من مصر جاذبة للاستثمار في مجال الإعلام بثًا وإنتاجًا، وتضم المنطقة المؤسسات الإعلامية الرئيسية كنواة لها، حيث تشمل الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي، الشركة المصرية للأقمار الصناعية (نايل سات) / الشركة المصرية للقنوات الفضائية CNE، شركة النيل لشبكات الاتصال CNE، الشركة المصرية للقنوات المتخصصة.

ويعتبر الإنترنت مصدر مهم للمعلومات المختلفة وللصحافة الإلكترونية علاوة على البريد الإلكتروني الذي يمكن الأفراد من خلاله الاتصال ببعضهم البعض في نفس اللحظة سواء داخل البلد الواحد أو عبر المحيطات والبحار، وتقاس سرعة الإنترنت بعدد الحروف المنقولة في الثانية الواحدة.

ي- الهيئة العامة للاستعلامات «جهاز العلاقات العامة للدولة»:

للهيئة أدوار متعددة على مدار أكثر من خمسين عامًا؛ فهي جهاز العلاقات العامة للدولة ومركز للدراسات السياسية والإعلامية وبنك للمعلومات إلى جانب كونها دار نشر كبرى للثقافة والفكر تصدر سنويًا ما يقرب من ٢ مليون مطبوع ومادة إعلامية.

(١) مواقع الهيئة على شبكة الإنترنت بانوراما شاملة عن مصر:

يمثل موقع الهيئة على الشبكة العالمية للمعلومات والذي انطلق عام ١٩٩٦ نقلة تقنية متطورة بشهادة منظمة اليونسكو الذي اختارته عام ٢٠٠٠ ضمن أفضل المواقع الثقافية في العالم بما جعله بمثابة الذراع الطولى للإعلام المصري بالخارج سواء بالمشاركة أو بالتفاعل، حيث يعرض بانوراما شاملة عن مصر تاريخيًا وحضاريًا وثقافيًا فضلًا عن إنجازاتها الحديثة ورموزها من الساسة والمفكرين والأدباء والعلماء، كل ذلك موثق بالأرقام والحقائق والبيانات، الأمر الذي جعل العديد من المواقع في الولايات المتحدة وألمانيا واليابان يطلبون السماح لهم بالربط المباشر "LINK" بموقع الهيئة للاستفادة من موارده الثرية والمتنوعة، وفي إضافة تكنولوجية جديدة تم إطلاق موقع الهيئة عبر الشبكة الدولية التي تنطلق على النايل سات بعد أن حققت إقبالًا كبيرًا، وبذلك تصبح خدماته فائقة السرعة أو ما يعرف بـ «التربوإنترنت» ويبث موقع الهيئة إرسال إذاعة البرنامج العام وإذاعة الأغاني على مدار ٢٤ ساعة يوميًا كما يبث إرسال قناة النايل تي في وقناة النيل للأخبار على مدار ١٢ ساعة يوميًا.

(٢) الفيديو كونفرانس أحد أدوات الديمقراطية المباشرة:

تهدف الشبكة إلى ربط مجمعات الإعلام الداخلي ومكاتب الإعلام الخارجي بالمقر الرئيسي للهيئة، وذلك لتحقيق السرعة في تدفق المعلومات والمشاركة التبادلية في الندوات والحلقات النقاشية.

(٣) أندية العلوم والتكنولوجيا:

هذه الأندية تنشر الوعي بتكنولوجيا الاتصالات بين القاعدة العريضة من شباب مصر وإكسابهم مهارات التعامل مع الحاسب الآلي بما يواكب احتياجات سوق العمل والتعامل مع المستجدات المستقبلية، في هذا الإطار تم إنشاء ٣٠ ناديًا لتكنولوجيا المعلومات بالمجمعات والمراكز الإعلامية بالمحافظات.

(٤) قطاع المعلومات:

يعد هذا القطاع مركزًا للمعلومات والبحوث ودارًا للنشر بجانب كونه مركزًا للدراسات السياسية والإستراتيجية، حيث يقوم بحفظها واسترجاعها إلكترونيًا من خلال شبكة الإنترنت، وتوظف هذه المعلومات في شكل برامج وإصدارات لتخرج في صورة سلاسل من البحوث والدراسات الدولية والمستقبلية والمعاصرة، وكذلك التقرير الإعلامي الذي بدأ مع عام ٢٠٠٤ بهدف دراسة صورة مصر في العالم وصورة العالم في مصر.

(٥) قطاع الإعلام الداخلي «دور فاعل في الإعلام التنموي»:

هو ذراع الهيئة الفاعل في مجال الإعلام التنموي وواحد من أهم وسائل الاتصال بالجماهير في جميع محافظات مصر وتنتشر مراكز الإعلام الداخلية في جميع أنحاء الجمهورية من خلال ٦٥ مجمعًا، منها ٢٧ مجمعًا نموذجيًا، و٢٩ مركزًا من مراكز النيل للإعلام والتعليم والاتصال، و٤٤ ناديًا للطفل، و٥٠ ناديًا للاستماع والمشاهدة و٢٦ مركزًا لتنظيم الأسرة و٦٥ وحدة رأي عام و٣٠ ناديًا للتكنولوجيا و٤٢ ناديًا لأصدقاء الإعلام.

(٦) قطاع الإعلام الخارجي «نافذة العالم على مصر»:

هو النافذة الحقيقية التي يطل منها العالم على مصر وتطل منه مصر على العالم، ويؤدي القطاع رسالته من خلال مكاتبه الإعلامية الملحقة بالسفارات، منها: ٩ مكاتب في أوروبا، و٤ مكاتب في أمريكا الشمالية، و٤ مكاتب في آسيا، و٣ مكاتب في أفريقيا، و١٢١ مكتبًا في العالم العربي، ومكتب في إسرائيل الإعلام الخارجي في الآونة الأخيرة تطورًا إليها، كما تم ربط بعضها بالمركز الرئيسي للهيئة عبر شبكة الفيديو كونفرانس بداية بمكتبي واشنطن ولندن، ثم باريس وبرلين عام ٢٠٠٤.

(٧) المركز الصحفي للمراسلين الأجانب:

خدمات عديدة ومتنوعة يقدمها المركز الصحفي للمراسلين والصحفيين الأجانب في مصر من أجل تسهيل عملهم عبر مجموعة من المراكز الصحفية الدائمة والمؤقتة التي يتم تنظيمها لتغطية أعمال المؤتمرات والمناسبات؛ سواء في داخل مصر أو خارجها، وبلغ عدد الصحفيين الزوار لمصر من وسائل الإعلام الأجنبي المختلفة نحو ١٣٥٠ صحفيًا ومراسلًا.

ك- وكالة أنباء الشرق الأوسط «خدمة إخبارية على مدار ٢٤ ساعة»:

بدأت وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ. ش. أ) إرسالها في عام ١٩٥٦ كأول وكالة إقليمية في منطقة الشرق الأوسط لتغطي هذه المنطقة الحيوية من العالم، وتعتبر حاليًا من أقوى الوكالات، حيث جاء ترتيبها الحادي عشر في قائمة وكالات الأنباء العالمية وفق تقرير منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، تعمل على مدار ٢٤ ساعة تبث خلالها حوالي ربع مليون كلمة يوميًا باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، وتصل خدماتها إلى معظم أنحاء العالم، وقد أصبح لوكالة أنباء الشرق الأوسط شبكة واسعة من المكاتب والمراسلين في الخارج بلغت (٤٠) مكتبًا ومراسلًا ينتشرون في العواصم العربية والعالمية، كما تتبادل الأنباء والصور مع ٢٥ وكالة أنباء عربية وإقليمية ودولية، كما تصدر الوكالة مجموعة متميزة من النشرات المتخصصة المطبوعة باللغة الإنجليزية، مثل: نشرة (C.P.R) وتصدر نصف أسبوعية باللغة الإنجليزية، والمجلة الاقتصادية (M.E.N) وتصدر أسبوعيًا.

وبدأت الوكالة عام ١٩٩٦ بث خدماتها عبر ثلاثة أقمار صناعية وهي الأنتل سات الآسيوي الذي يغطي القارة الآسيوية وشرق أفريقيا، والأنتل سات الأطلنطي الذي يغطي القارة الأوروبية ودول حوض البحر المتوسط وشمال أفريقيا، ويوتل سات الأوروبي، مما أتاح وصول نشراتها بمنتهى السرعة إلى جميع أنحاء العالم بالإضافة إلى تواجدها منذ يونيو عام ١٩٩٧ على شبكة الإنترنت من خلال موقعها باللغات الثلاث العربية والإنجليزية والفرنسية.

الآليات التي تحقق الإستراتيجية الإعلامية المقترحة:

أ - آلية تنبع من مكان ومكانة الدولة والتي تصاغ بحيث تتمشى مع النظام العالمي الجديد والمتغيرات المحيطة بالمنطقة وتعتمد على:

(١) موقع الدولة الإستراتيجي بالنسبة للعالم والسيطرة على الممرات البرية والجوية والبحرية.

(٢) القدرة على التأثير في المجالات المختلفة وامتلاك العديد من وسائل الإعلام وكيفية استخدامها لمواجهة الحروب المعاصرة.

ب- آلية تنبع من القدرة الاقتصادية للدولة وتأثيرها الإقليمي والدولي:

(١) موارد طاقة مثل البترول ومشتقاته.

(٢) فوائض اقتصادية - استثمارات - التنمية البشرية.

ج- آلية تنبع من تحقيق الاستقرار في الداخل:

وتتمثل في (إنشاء قاعدة صناعية - انتشار الأهداف الإستراتيجية - إنشاء قاعدة للخدمات لمجابهة العمليات العسكرية).

د - آلية تنبع من قدرة الدولة السياسية وتأثيرها الإقليمي والعالمي:

(١) وجود علاقات قوية مع كلٍّ من الولايات المتحدة ودول الغرب والشرق.

(٢) الوضع الإستراتيجي للدولة في قلب العالم وقلب الشرق الأوسط.

(٣) قدرة الدولة على مواجهة التهديدات التي يمكن أن تضر بالأمن القومي.

(٤) مدى نشاط الصراعات المزمنة في المنطقة والقدرة على مواجهتها.

هـ-آلية تنبع من وضع سياسة للارتقاء بالتكنولوجيا والمعلومات:

(١) إنشاء مجلس أعلى لرسم السياسات التكنولوجية والعالمية.

(٣) إنشاء قاعدة صناعية يمكنها تحويل المحددات البحثية إلى صناعات متقدمة.

و- آلية تنبع من القدرة الإعلامية للدولة ويتم من خلالها تحقيق الآتي:

(١) تأكيد الولاء والانتماء لأبناء الشعب للتصدي للعمليات النفسية المعادية.

(٢) نشر الحقائق خاصة ما يتعلق منها بالأمن القومي المصري.

(٣) تحديد من هو الآخر الذي نخاطبه، حيث تتعرض مصر والعالمان العربي والإسلامي لإعلام أجنبي متحيز ومزدوج المعايير يعمل صراحة، وضمنا على تشويه

صورتنا ومعتقداتنا وقيمنا الأصلية، وهو ما يحتم علينا ضرورة تفعيل وتحديث إعلامنا المصري الخارجي بما يؤدي إلى عرض صورتنا الحقيقية، وشرح سياستنا وأعمالنا، وإبراز الوجه المشرق لثقافتنا وحضارتنا، ليس فقط للرد على ما يثار ضدنا، ولكن أيضًا من أجل الدفاع عن مواقفنا وإطلاع العالم على مصالحنا وتطلعاتنا المشروعة [1].

(٤) الإعلام المصري الخارجي وأدواته ووسائله والتطوير المستمر له.

ز- **آلية تنبع من القدرة العسكرية للدولة:**

(١) أن يتمشى بناء القوات المسلحة مع التطورات العالمية الحديثة.

(٢) القوات المسلحة بتكوينها وتنظيمها هي التي تقدر إستراتيجية إعداد الدولة للدفاع من مجالاتها المختلفة وخصوصًا في مجال إعداد الشعب.

(٣) أن تنعكس هذه الإستراتيجية على قدرة القوات المسلحة في تحقيق الأمن القومي للدولة، وقدرتها على التعبئة والحشد لمجابهة الأخطار المحتملة.

مجالات الإستراتيجية الإعلامية في مواجهة الحروب المعاصرة، وتتمثل في:

أ - القيادة السياسية الواعية.

ب- القدرة الاقتصادية للدولة.

ج - إمكانيات الشعب وتمتعه بقوة العقيدة والولاء والانتماء لدولته.

د - قدرة عسكرية تتطور باستمرار.

هـ- قدرة إعلامية يمكن استخدامها الاستخدام الأمثل في تحقيق المهام الإستراتيجية.

و - خطط تنموية يمكن من خلالها تحقيق أهداف الإستراتيجية بالكامل.

ز - الاتجاه للعالمية حيث يؤدي تعدد المصادر انفجار المعلومات إلى ضعف قدرة الدولة على التحكم بمصادر المعلومات والأخبار لتحل محلها مسئولية الفرد في الاختيار، ولجوء الدولة إلى محاولات الإقناع في سياستها بديلًا عن الإرشاد والتوجيه.

ح- الاتجاه إلى اللامركزية بتشجيع إنشاء القنوات المحلية والتوعية لإحداث توازن مع المادة الوافدة.

---

(١) موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد التاسع والعشرون، رئاسة الجمهورية، الكتاب السنوي ٢٩، (٢٠٠٢ - ٢٠٠٣) ص ٦٣٩.

ط- التعددية بديلًا عن النمطية، وذلك بخلق تعدد في الاتجاهات والاهتمامات بديلًا عن النمط الواحد في التفكير وزيادة الفروق الفردية بين الناس [1].

وترى الباحثة: أن الآثار الإيجابية أو السلبية للقنوات الفضائية يعتمد بالأساس على درجة وعي الجمهور المستهدف، فإذا توفر الوعي المناسب سيختار المتلقي القنوات الهادفة ويبتعد عما هو غير ذلك.

أبعاد الإستراتيجية الإعلامية في مواجهة الحروب المعاصرة:

أولًا: لبعد الدولي: ويتمثل في:

(١) تنظيم سيل المعلومات في الإنذار بالتهديدات المختلفة.

(٢) الاستفادة من الخبرات السابقة.

(٣) الحصول على إمكانيات حديثة لتفعيل الإستراتيجية بتنظيماتها المختلفة.

(٤) مواكبة التطور المستمر في تكنولوجيا الاتصال باعتبارها التطبيق العملي للاكتشافات العلمية في مجال الإعلام، رغم أن لكل مرحلة تاريخية التكنولوجيا الاتصالية والإعلامية الخاصة بها، والتي تتناسب مع مستوى المعارف العلمية في تلك المرحلة، إلا أن الربع الأخير من القرن العشرين شهد ثورتي المعلومات والاتصال والتي تمثلت أبرز مظاهرها في المعالجة الآلية للمعلومات عن طريق الحاسب الآلي ومعالجة المعلومات عن طريق أقمار الاتصال الصناعية، وبالتزواج بينهما أمكن إرسال واستقبال جميع أنواع الرسائل عبر الفضاء بما في ذلك: التليفون، والتلغراف، والتلكس، والمواد المطبوعة، والصور، والبيانات، بالإضافة إلى البرامج الإذاعية والتليفزيونية [2].

(٦) إعادة تأهيل وتدريب العاملين على كيفية استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة الاستخدام الأمثل الذي يلبي احتياجات المواطنين الإعلامية.

ثانيًا: البعد الإقليمي والعربي:

(١) ضرورة التوفيق بين النظريتين القومية والقطرية لضمان قدر من المرونة للتخطيط

---

(١) وجدي شفيق: مرجع سبق ذكره، ص ٣٣.

(٢) تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: الدورة الرابعة والعشرون، مرجع سبق ذكره، ص ٧٤.

الإعلامي على المستوى القطري يمكن أن يرقى إلى درجة التكامل أو يزيل التناقضات بين المتطلبات القطرية للتخطيط الإعلامي[1].

(٢) أهمية التنسيق والتكامل للجهود الإعلامية العربية لبلوغ هدف قومي مشترك في كل مرحلة، حيث يتحدد لكل جهاز من أجهزة الإعلام العربي المشترك دور واضح لا يتعارض أو يتداخل مع أدوار وواجبات بقية الأجهزة والتنظيمات الحكومية وغير الحكومية في الوطن العربي[2].

(٣) تعدد أجهزة رسم السياسات الإعلامية والتي تتدرج في مستواها وقراراتها، مثل: مؤتمرات القمة العربية - مجلس الجامعة - مجلس وزراء الإعلام العربي - اللجنة الدائمة للإعلام العربي - المكتب الدائم للإعلام العربي - صندوق الإعلام العربي المشترك - الإدارة العامة للإعلام، وهناك أجهزة تعاون في تخطيط الإعلام العربي المشترك وأنشئت في الستينات كوكالات مساعدة شبه مستقلة، وهي: المجلس الأعلى لتعزيز الثقافة العربية - اللجنة الدائمة المشتركة للسينما - اتحاد إذاعات الدول العربية - اللجنة العربية للمعارض - الاتحاد السياحي العربي.

ثالثًا: البعد الوطني:

أ- من خلال إرساء قاعدة المشاركة الجماهيرية في نظام الحكم:

(١) إحلال اللغة العربية الفصحى محل اللهجات العامية وأن يقتصر استخدامها على الأعمال التي تتطلب طبيعتها استخدام هذه اللهجات.

(٢) التدقيق في اختيار العناصر الجديدة من الإعلاميين ممن يملكون استعداد أو حسًا لغويًا فطريًا.

(٣) تشجيع إقامة مراكز لتعليم اللغة العربية في الخارج وإعداد برامج يومية لتعليم اللغة العربية تذاع في القنوات الفضائية والعربية والأجنبية.

(٤) العمل على ابتكار البرامج والأساليب التي تيسر الكتابة باللغة العربية.

---

(١) راسم محمد الجمال: «الإعلام العربي المشترك» مرجع سبق ذكره، ص ٣٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٧.

المتطلبات الأساسية للإستراتيجية الإعلامية المقترحة:

أ - الاحتفاظ بتفوق نوعي في المجال الإعلامي مع القدرة على تخطيط الدعاية الناجحة في مواجهة الخصم، وتوفر الكوادر الفنية والقيادية في مختلف وسائل الإعلام الحديثة وبكافة أنواعها.

ب- امتلاك الآليات الإعلامية التي يمكن توجيهها في أوقات الحروب.

ج- التعاون في المجال الإعلامي على المستوى الإقليمي العربي لمواجهة مختلف التهديدات.

د - تحرير الشعوب من القيود الاجتماعية والسياسية والثقافية والفكرية التي يعتقد أنها تعيق تقبلها للثقافة الجديدة.

هـ- تعويد العقول على مشاهدة ومعايشة الأنماط المغربة للثقافة الجديدة الأمريكية الغربية بإحكام السيطرة على المعلومات وتعميقها وفقًا لمواصفات محددة حتى تعتاد الشعوب عليها وعلى مشاهدتها [(1)].

و - إعادة تشكيل الحياة الإجتماعية للشعوب على نمط الحياة الغربية، وحثها على المشاركة فيها على نحو نشط يحقق على المدى البعيد قولبة الإنسان وفقًا للنموذج الاجتماعي الغربي.

ز- إلغاء كافة القيود التي تعوق حرية إصدار الصحف وإعطاء الأشخاص الطبيعيين حق إصدار الصحف وملكيتها وإلغاء النصاب المالي الذي يشترطه القانون لإصدار الصحف [(2)].

ح - الاهتمام بالابتكارات المصرية والتكنولوجيا الاتصالية وتشجيع التصنيع المحلي للمستحدثات الإعلامية والبدء في توطينها تمهيدًا لبناء تكنولوجيا اتصال مصرية في المستقبل.

ط- التوظيف الأمثل للمستحدثات التكنولوجية في مجال الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، والاستفادة الكاملة من الإمكانات التي توفرها هذه المستحدثات في كافة

---

(١) وجدي شفيق: مرجع سبق ذكره، ص ٣٠.

(٢) موسوعة المجالس القومية المتخصصة: الكتاب السنوي، المجلد السابع والعشرون، رئاسة الجمهورية، ٧٤ - ٢٠٠١، ص ٧١٤.

الخدمات الإذاعية والتليفزيونية والأرضية والفضائية والقومية والمحلية [1].

إدارة العمل الإعلامي خلال الحروب المعاصرة:

أ - بدء العمل الإعلامي من خلال أربع مراحل (مرحلة افتعال الأزمة - مرحلة تصعيد الأزمة - مرحلة قبل الحرب - مرحلة الصراع المسلح).

ب- يمكن رسم الخطوط العريضة لمسار الحملة الإعلامية التي تحقق إستراتيجية المواجهة والتي تشمل على اتجاهين محددين:

الأول: يخاطب الجماهير الصديقة من أجل بناء رأي عام مؤيد إلى جانب الاقتناع بضرورة الحرب، ويشمل:

١ - التصميم الواضح على تواجد قوات مسلحة قوية قادرة على تأمين حدود الدولة وكيانها وهيمنتها، أي أن تكون هناك قوات تدركها مصادر التهديد والعدائيات.

٢ - التأكيد على أن القدرة العسكرية هي الوسيلة المرئية للضغط على الخصم وإجباره على اتخاذ مواقف سياسية محددة.

٣- تعدد توجهات ووسائل الهدف المخاطب خلال الحملة الإعلامية.

٤ - تطابق آليات الإعلام مع الآليات للأهداف العسكرية.

الثاني: يوجه جهوده نحو العدو أو الطرف المستهدف بهدف التأثير على روحه المعنوية، وإقناعه بعدم مصداقية توجهه للصراع، وإحداث فجوة ما بين قيادته وجماهيره.

التخطيط الإستراتيجي المقترح لتفعيل العمل الإعلامي في الحروب المعاصرة:

يتم التخطيط الإستراتيجي الإعلامي في مرحلة موازية للتخطيط الإستراتيجي للعمليات النفسية، وقد تسبقها أحيانًا، ويتم ذلك من خلال ثلاث مراحل كالآتي:

الأولى: المرحلة التي تسبق الحرب، ويتم خلالها الخداع عن الفتح الإستراتيجي وحشد القوات.

الثانية: المرحلة التي تصاحب العمليات النفسية وإبراز الانتصارات.

---

(١) موسوعة المجالس القومية المتخصصة: الكتاب السنوي، المجلد التاسع والعشرون، مرجع سبق ذكره، ص ٦٥٤.

الثالثة: المرحلة التي تلي الحرب، واتخاذ الإجراءات لإزالة الآثار الناتجة عنها.

يتم التخطيط الإستراتيجي الإعلامي لتفعيل المواجهة في الحروب المعاصرة من خلال المحاور الآتية:

أ - جهود قادرة على الردع والتأمين.

ب- الاستقطاب الدولي لسياسة الدولة.

ج - استخدام الحملات الإعلامية في شرح أهداف الخصم العدائية.

د - استخدام الإعلام الموجه لتشويه سمعة الخصم.

هـ- تكثيف النشاط الدبلوماسي لتأكيد قرار استخدام القوة للدفاع عن النفس.

و - جذب تعاطف الرأي العام الداخلي والخارجي.

ز - بث الثقة في قدرة القوات المسلحة للدولة على إنجاز المهام الموكلة إليها.

ح- إقامة حزام إعلامي أمني حول الوطن.

مراحل استخدام العمل الإعلامي والدعائي في إطار الحروب المعاصرة مرحلة الإعداد للحرب:

أهداف المرحلة وتنقسم إلى قسمين أهداف داخلية:

أ - دعم النظام العام للمجتمع وترسيخ جذور الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.

ب- تدعيم الانتماء لمصر ومكافحة روح التسيب واللامبالاة، وتنمية روح الانضباط لدى كل مواطن مصري، ونشر الثقافة العسكرية لدى الشباب .

ج - نشر القيم الدينية والاجتماعية البناءة بين المواطنين، وإعطاء القدوة الصالحة، ومحاربة النماذج المنحرفة.

د - نشر القيم الديمقراطية وتنمية الوعي السياسي.

هـ- اتباع الأساليب الحديثة في تنفيذ البرنامج الإعلامي، بحيث يكون مقنعًا في قدراته ووسائله.

و- التعاون مع الإعلام العربي من أجل تحقيق الهدف المشترك وتبادل المعلومات والخبرات.

ز- دراسة طبيعة الأهداف القومية ومن ثم وضع الخطوات التنفيذية الإعلامية، والتي يمكنها أن تشارك بشكل إيجابي من خلال وسائل الإعلام المختلفة[1].

ح- إعداد الدراسات النموذجية للمشاريع الإعلامية التي تستوجب تخطيطًا مسبقًا بالتعاون بين أجهزة الدولة المختلفة، والاهتمام بمعرفة نبض الجماهير، من خلال دراسة رسائله ومدى استجابته للرسائل الإعلامية الموجهة إليه.

ط- تقديم البرامج والمواد الإعلامية التي تهدف إلى تنمية إدراك المواطن بالأحداث العالمية والداخلية بصدق وموضوعية عن طريق:

(١) النشرات الإخبارية بالإذاعة والتليفزيون.

(٢) التعليقات والتحليلات السياسية البرامج الخاصة التي تقدم والمناسبات والاحتفالات القومية والعسكرية والعربية .

(٣) الرسائل التليفزيونية بالقمر الصناعي التي تغطي الأحداث السياسية العالمية والأغاني الوطنية والأعمال الدرامية.

(٤) إعلام المواطن بحقيقة المشاكل الاقتصادية؛ وذلك لبث روح البذل والعطاء في نفوس المواطنين لخلق قيم إنتاجية لديهم.

أهداف خارجية، وتتمثل في:

أ- إبراز دور مصر القيادي في حركة عدم انحياز ودورها الريادي لدول العالم النامي وخاصة الدول الأفريقية.

ب- الدعوة إلى توحيد الجهود بين مصر ودول العالم العربي والإسلامي، والتصدي لمؤامرات الاستغلال والسيطرة بأنواعها.

ج- الاهتمام بالبرامج الموجهة للخارج للتعريف بمصر وربط المصريين بالخارج بدولتهم.

---

(١) هالة توفيق الطحان: مرجع سبق ذكره، ص ١٥١.

د - الدعوة لإيجاد رأي عام دولي يساند وجهة النظر المصرية إزاء المشاكل التي تقابل الدولة عالميًا وعسكريًا.

هـ- محاربة أعداء مصر بالخارج الذين يروجون المعلومات المغرضة من خلال الحجج المذعومة بالكلمة والصورة المعبرة والدليل والمنطق.

و- وضع إستراتيجية إعلامية طويلة المدى للرد على الأكاذيب التي يروجها الإعلام الغربي ضد قضايانا الوطنية والقومية.

ز- أن يكون اختيار العاملين في مكاتبنا الإعلامية بالخارج قائمًا على أسس موضوعية تتمثل في الكفاءة والإلمام الشامل بدور مصر السياسي والحضاري وبمواقف الدول التي يرشحون للعمل بها من الأحداث والقضايا الدولية، وخاصة المتعلقة بمصر والمنطقة العربية.

ح- تعظيم الاستفادة من القنوات الفضائية المصرية من خلال وضع دراسات مخططة مسبقة يتم تنفيذها بدقة مع الاهتمام بزيادة مساحات الوقت المخصصة للإرسال باللغات الأجنبية، وخاصة الإنجليزية والفرنسية، وإتاحة الفرصة للمعلنين والمحللين السياسيين الأجانب للمشاركة في برامج هذه القنوات [1].

خلال مرحلة إدارة الحرب، وتنقسم إلى قسمين:

أولًا: التحرك الداخلي ويتمثل في:

أ - تعميق الشعور بأحقية الدولة في اللجوء للعمل العسكري من أجل الحصول على التأييد الكامل لهذا القرار من قبيل الشعب.

ب- تجنب تضليل الرأي العام لما قد يوقعه في حيرة وظلمة ويعلن سخطه العام، وتعيش الشعوب أسيرة للخوف والحذر، كما يتسم الرأي العام بالسلبية والجبن.

ج - نشر الأخبار العسكرية والبيانات الواردة من المتحدث العسكري للقوات المسلحة.

د- تشكيل مكتب إعلامي يضم مندوبًا من الشئون المعنوية للقوات المسلحة، ومندوبًا من المخابرات الحربية، ورئيس البرامج العسكرية بالتليفزيون، وممثلًا لرئيس اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

---

(١) تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ٦٤.

هـ- بث التعليمات والبرامج والتحليلات السياسية والعسكرية بهدف رفع الروح المعنوية للشعب أثناء الحرب والأغاني الحماسية التي تلهب حماس الجماهير.

و- توعية الأسرة وخاصة المرأة بأعمال التطوع للتمريض والإسعاف والإغاثة والحد من الاستهلاك دعمًا لأعمال المعركة.

ثانيًا: التحرك الخارجي:

أ - شحذ إدارة الصراع بهدف رفع كفاءة الأمة العربية في إدارتها للصراع.

ب- استخدام نقطة التفوق ومكمن القوة كالعلاقات البترولية مثلًا.

ج - التنسيق التكاملي للأساليب والأدوات، حيث إن أقوى أساليب التأثير في الجماهير هي التي تجمع بين الإعلام الجماهيري والاتصال الشخصي.

د - الحصول على تأييد كافة الدول العربية لأحقيتنا في هذه الحروب والتأكيد على أهمية الوحدة العربية والإقليمية.

هـ- التمسك بالأهداف القومية مع تغيير الأسلوب ليتماشى مع المتغيرات المعاصرة ووجود دائرة جماعية تساعد على بلورة القرار الإعلامي على المستوى القومي.

و - إظهار الشعب دائمًا على عراقته وأصالته والتذكير بعناصر القوى لدى الأمة من موارد طبيعية وموقع إستراتيجي ومكانة دولية، مما قد يغيب عن الأذهان ويهز الثقة قليلًا، وذلك من خلال عرض الإنجازات التي تمت في مجالات الصناعة والتعليم والزراعة[1].

مرحلة ما بعد الحرب:

أ - التهيئة النفسية للرأي العام وترسيخ القناعة بأضرار الحرب.

ب- إحراز قدر من الإرباك والبلبلة في نفوس الجنود وحالة عدم الاستقرار لدى الجانب الآخر.

ج- تعظيم حجم الانتصارات العسكرية والبطولات الفردية لرجال القوات المسلحة، مما يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للشعب.

د - الإشادة بدور المقاتل المصري في الحرب، وإجراء لقاءات إعلامية مع الجنود والضباط الذين أبلوا بلاءًا حسنًا.

---

(١) عمرو يوسف: «الحرب النفسية وأثرها في السلم والحرب»، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٠.

هـ- عرض الدروس المستفادة من المعركة والأفلام العسكرية التليفزيونية.

و - تقديم البرامج الإعلامية المعبرة عن فرحة الانتصار التعليقات والتحليلات العسكرية للمعارك.

ز - الاستمرار في تعبئة الشعب لتكريم مصابي وشهداء الحرب، وذلك في صورة برامج إذاعية وتليفزيونية، على أن تكون متضمنة آراء هؤلاء المصابين من واقع حياتهم الجديدة، وبث البرامج الدينية التي تدعو إلى تكريم الشهداء في الإسلام.

ح- عمل برامج لحث المواطنين على التبرع لمجهودات ما بعد الحرب.

ط- تنشيط دور الإعلام الخارجي لخلق رأي عام دولي متعاطف معنا، والتأكيد على عدالة الموقف المصري.

ى- القيام بعمل تحليلات عسكرية لنتائج الحرب وتقييمها من قبل المسئولين.

* * *

المبحث الثالث
الإستراتيجية المقترحة لتفعيل العمليات النفسية
في الحروب المعاصرة

أهداف الإستراتيجيـة :

أهداف سياسية وعسكرية :

أ - التأثير على أفكار وآراء الأفراد والجماعات داخل الدولة من خلال استخدام أساليب العمليات النفسية.

ب- السيطرة على أفكار واتجاهات واستخدام الحملات النفسية التي تقوم على قواعد سيكولوجية والتي تهدف إلى تحقيق أهداف السياسة العسكرية للدولة من خلال مرحلة الصراع المسلح المعاصر.

ج - توجيه العمل النفسي إلى داخل الدولة المعادية من خلال إثارة الفتن والنزاعات الطائفية وزعزعة ثقة الأفراد والجماعات في نظام الحكم.

د- العمل على إنجاح العمل النفسي من خلال استخدام الوسائل والأساليب الحديثة لمواجهة الحروب المعاصرة.

هـ- خلق حالة من الصراع الداخلي والانقسام في صفوف الأعداء.

و- التلاعب بالعواطف والمشاعر ومحاولة تثبيط الدوافع لدى جنود الأعداء للقتال، والادعاء بأن الهدف النهائي هو السلام والرخاء، مما يؤدي إلى احتواء حماس الجنود وتثبيط الروح القتالية لديهم حتى تحين ساعة المواجهة.

ز- اكتساب صداقة المزيد من الدول المحايدة.

ح- اكتساب المزيد من التأييد داخل الدول الصديقة بمواصلة عرض الصور البراقة والدعاية الإيجابية المدروسة بعناية.

ط- رفع الروح القتالية للجنود حتى لا يتأثروا بما يبثه الأعداء من دعاية مضادة.

ى- التدريب على مواجهة الحملات النفسية، وأن يتم بناء الثقة بالنفس جنبا إلى

جنب مع بناء القوات المسلحة [1] تأكيدًا لما قاله نابليون بونابرت القائد العظيم من ضرورة إعداد الجانب المعنوي للأفراد ثلاثة أضعاف الإعداد للجانب المادي.

أهداف اجتماعية واقتصادية:

نتيجة لتغير طبيعة العلاقات بين الدول نشأت الكثير من المشاكل الاقتصادية والتجارية والاجتماعية، وزادت أعداد السكان في دول العالم، وما نشأ عن تفكك الاتحاد السوفيتي وانهيار أنظمة الحكم الشيوعي في أوروبا الشرقية؛ لذلك تقوم العمليات النفسية على:

أ - هدم أواصر الترابط في الجبهات الداخلية للدول وجعلها مهيأة لتقبل صورة التدخل الأجنبي.

ب- إذكاء روح الفتنة الطائفية بين عناصر الأمة وأعراقها.

ج- هز الثقة في العقائد السياسية والأيديولوجيات بأسلوب خبيث ومتواصل.

د - التشكيك في القيادات وجعل النفوس مهيأة لقبول الآخرين يحلون محل قادتهم.

هـ- الترويج لشخصيات تلقى القبول لدى الأطراف الخارجية وتساهم في تحقيق سياستها [2].

و- بذر بذور التمرد والفوضى بين الشعوب تمهيدًا لفرض أنواع معينة من الحكم.

ز- اقتصاد التمكين لمنتجات معينة أو سلع دولة ما، وإظهارها في صورة السلعة المثالية التي تفوق ما عداها في باقي الدول.

ح- التأثير على أذواق وأفكار المستهلكين حتى يتقبلوا سلعًا وخدمات لم تكن معروفة لديهم خلال الحقب الماضية.

ط- الاستحواذ على أكبر حجم من الأسواق، وذلك في ظل المنافسة الشرسة والصراع المتعاظم في مجال الإنتاج لإرضاء الطلب المتزايد على السلع الاستهلاكية [3].

---

(١) المرجع السابق، ص ١٢٦.

(٢) الحرب النفسية وأثرها في السلم والحرب، ص ٥٥.

(٣) المرجع السابق، ص ٥٩.

محددات إستراتيجية الردع النفسي:

أ - عدم توفر المراكز والمؤسسات البحثية القادرة على تقديم الدراسات والتخطيط العلمي وقياسات الرأي العام لصالح مؤسسات صنع القرار ومتخذيه.

ب- عدم توفر الوسائل الفنية والتكنولوجية لصالح هذا العمل والقادرة على مواجهة ما يرصد في الحملات المعادية مع عدم وضع الميزانيات اللازمة للقيام بهذا [1].

ج- عدم توفر الكوادر الفنية المتخصصة في مجالات (الإعلام - الدعاية المضادة - العمليات النفسية).

د - وهناك محددات سياسية تفرضها العلاقات السياسية والاقتصادية مع الدول محل الاهتمام، والتي تحرم المخطط من اختيار هدف نفسي، قد يؤدي إلى إضعاف الهدف من الحملة النفسية.

محددات أمنية [2]:

تفرضها اعتبارات الأمن المختلفة وتسبب العديد من المشاكل مع أجهزة التخطيط للعمليات النفسية التي تحتاج إلى معلومات ذات درجة سرية عالية ترفض أجهزة المعلومات والأمن الإفصاح عنها.

وتؤكد الباحثة: على أهمية توفير كوادر فنية وتخصصات على مستوى معين من التأهيل والثقافة والاحتراف للعمل في هذه الأجهزة المتخصصة مثل: (علماء النفس - الاجتماع - الإعلاميين - كتاب - رسامين - اقتصاديين - أطباء نفسيين...).

المحددات النفسية:

أ - الطموح والإحباط في الأقطار النامية وفي أوساط الشعوب والطبقات التي ظلت محرومة لفترة طويلة، وزاد الطين بلة الدعوة التي تتحدث عن قرب حلول الرخاء [3].

ب- التوتر والبلادة نتيجة لسماع أخبار الحروب والصراعات وأنباء الكوارث والمصائب.

---

(١) مقابلة مع اللواء د. عبد الرحمن الهواري.

(٢) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد، مرجع سبق ذكره، ص ٨٤.

(٣) السيد عليوة: «إستراتيجية الإعلام العربي» مرجع سبق ذكره، ص ٢٥٤.

ج- التجديد والتشويه فقد تركت نزعة التجديد أو (التقليد) التي تتبناها أجهزة الإعلام -سواء في الأزياء (الموضة) أو أساليب المعيشة أو أنماط الاستهلاك - أثرًا مدمرًا على الشخصية القومية.

د - الاستقرار والتنميط، حيث نجد وسائل الاتصال العربية تسعى إلى خلق، أو اصطناع جو الاستقرار في الشئون السياسية والمسائل المذهبية والاتجاهات الأيدلوجية، على الرغم مما تنطوي عليه من تباين وتفاعل.

هـ- التسلية والإسفاف والسلبية واللامبالاة والتشكيك في مصداقية أجهزة الإعلام.

و- سيادة الانطباعات الجامدة؛ حيث يسود الرأي العام العربي بعض القوالب النمطية المغلوطة عن العالم الخارجي وعن الآخرين.

الركائز الإستراتيجية:

أ - الاستقرار والثبات: الحضارة العربية حضارة روحية تعتمد على الكلمة وترتبط بالرمز.

ب- وحدة المشاعر والمبالغة في التعبير عنها: حيث وصف البعض الحضارة العربية بأنها حضارة كلامية.

ج- العاطفة والتكامل الاجتماعي: حيث إن الكرم وغيره من صور التعاطف الاجتماعي تعبر عن وجود التضامن الصادق بين الناس بعكس الحال في التضامن المادي الصوري الذي صنعته الحضارة الحديثة.

د - غياب الاغتراب حيث نجد قوة الترابط العائلي في المجتمع العربي.

هـ- تقوية التضامن العربي.

عوامل نجاح التخطيط للعمليات النفسية [1]:

أ - ضرورة تطبيق مبدأ مركزية التخطيط ولامركزية الإدارة (بمعنى أن التوجهات والتعليمات تصدر عن سلطة مركزية تتولى الإشراف على عمليات التخطيط على المستوى

---

(١) مركز الشئون النفسية: «المرجع الموحد»، مرجع سبق ذكره، ص٨٥.

القومي الإستراتيجي، أما تحديد الأساليب والوسائل المستخدمة في إدارة الحملات النفسية فتتم بواسطة الوحدات والعناصر المنفذة).

ب- أن يبنى التخطيط على المعلومات الدقيقة والموقوتة والتي تتناول اهتمامات الهدف / الأهداف المخاطبة [1] مع مراعاة المستويات والاتجاهات السياسية والثقافية والاجتماعية لأفراد وجماعات الهدف / الأهداف المخاطبة.

ج- إخفاء أعمال التخطيط بحيث لا تبدو في صورة الأعمال الدعائية حتى لا يؤدي ذلك إلى فشل الحملة النفسية.

د - البساطة والمرونة في التخطيط بحيث يتماشى مع التطورات اليومية مع إمكانية التكرار في استخدام الموضوعات والشعارات بواسطة أكثر من وسيلة.

هـ- معرفة دقيقة وفهم جيد من القائمين على التخطيط بالعلوم السياسية (علم النفس - الأجناس - الاجتماع - التاريخ - العلوم السياسية) هذا إلى جانب الإلمام بالمعلومات عن (لغة - تقاليد - تاريخ وعادات) الجماعات والأهداف في الدول محل الاهتمام.

و- الاستخدام الأمثل لوسائل العلميات النفسية المتوفرة والمتاحة مع معرفة مهنية بوسائل الإعلام (إذاعة - صحافة - تليفزيون).

أهم وأخطر العوامل ذات التأثير المباشر على نظم وإدارة العمليات النفسية وهي كالتالي [2]:

أ - العوامل التاريخية:

يقوم المتخصصون في تنظيمات العمليات النفسية بإعداد عرض شامل عن تطور تاريخ وجغرافية الدولة محل الاهتمام مع التركيز على تاريخ الدولة، وأهم العوامل التي ساهمت في تشكيلها مع إبراز التسلسل التاريخي، والحوادث السياسية التي تمخضت عنها في النهاية ترسيخ الحكم في الدولة وكذلك علاقتها ومواقفها من القضايا المعاصرة، مع مراعاة أن يكون التناول شاملًا للأبعاد النفسية مع التحديد الدقيق لنقاط الضعف.

---

(١) اهتمامات الهدف المخاطب تتمثل في مشاكل قائمة فعلًا وحساسة تهم الفرد والجماعة مثل (البطالة - التضخم - تفكك داخلي - صراعات حزبية...) مع تقديم المقترحات والحلول المناسبة لها.

(٢) المرجع السابق، ص ٨٦.

ب- العوامل السياسية خارجيًا وداخليًا:

(١) العلاقات الخارجية للدولة ومواقفها السياسية فيما يختص بالشئون الدولية وعلاقتها بالدول الخارجية وانتمائها لأيٍّ من الدول الكبرى (أحلاف - تكتلات - اتحاد... إلخ).

(٢) تحليل وتفسير موقف الدولة محل الاهتمام تجاه القضايا المعاصرة (محلية / إقليمية / عالمية) ومدى المنازعات التي تهدد بحروب مع الدول المجاورة.

(٣) أهم الشخصيات القيادية / الزعامية المسئولة عن صناعة القرار والتوجهات والبرامج السياسية ومدى تأثيرها على الرأي العام.

(٤) دور الأفراد والجماعات والأحزاب السياسية ذات الأهمية والتأثير في النظام السياسي للدولة.

(٥) المواقف السياسية وقيم السكان وآرائهم في النظام السياسي، ودور الحكومة داخل المجتمع.

(٦) شكل وحجم الصراعات الداخلية ومدى تهديدها للاستقرار الداخلي.

ج- العوامل الاقتصادية:

كلما انخفض المستوى الاقتصادي للشعب، وكلما كان أكثر تأثرًا بالحملة النفسية المعادية من خلال دراسة وتحليل ما يلي:

(١) الأركان الرئيسية للاقتصاد ومصادر الدخل القومي.

(٢) المشاكل / الأزمات الاقتصادية ومدى تأثيرها على النظام السياسي ومدى توليد الضغوط الداخلية والخارجية.

(٣) توزيع مصادر الثروة ومدى العدالة في توزيعها.

(٤) مدى تلبية البناء الاقتصادي للاحتياجات الفردية وقود - نقل.

(٥) مدى توفر المواد الأساسية لقواعد الإنتاج (وقود - نقل - اتصال - مياه)، وبالتالي تحديد المشكلات الصناعية ومدى تفاقمها.

(٦) أسلوب استغلال العائدات والمساعدات المالية والخارجية.

(٧) مدى توفر المواد الأساسية والاستهلاكية، وتناسب أسعارها مع الأجور (القدرة الشرائية).

(٨) النقابات والتنظيمات العمالية (زراعية - تجارية... إلخ) ودورها وتأثيرها في القدرات الاقتصادية للدولة.

د - العوامل الاجتماعية:

المجتمعات المترابطة يصعب توجيه الحملات النفسية إليها والعكس صحيح؛ فالبيئة الاجتماعية التي تتميز بالغموض والشك والتردد وعدم اليقين والتفكك الاجتماعي تعتبر حقلًا خصبًا للعمل النفسي؛ لذلك يجب على المختصين:

(١) معدلات النمو السكاني ونسبة الإعالة به.

(٢) مستوى الخدمات المقدمة لأفراد الدولة.

(٣) التركيب العرقي / الطائفي، والتأثيرات المتداخلة للدين / اللغة / التاريخ.

(٤) مدى انتشار البيروقراطية والفساد الإداري.

(٥) تحديد الظواهر والمشاكل الاجتماعية ذات التأثير السلبي على المجتمع (الانفجار السكاني - المخدرات - الجريمة.... إلخ) كذا تحديد العوامل التي تؤثر في القيم الأخلاقية والروابط العائلية والمبادئ الأساسية التي تفرض على الفرد أن يحترم النظام والقانون.

(٦) تحديد مدى انتشار القيم الاجتماعية ذات التأثير السلبي في المجتمع، مثل:

أ - الاستسلام - اللامبالاة - التواكل - التسيب.

ب- الجنوح إلى الفردية وتحقيق المصالح الشخصية.

ج- التقرب من السلطة.

هـ- العوامل التعليمية والثقافية والدينية:

تلعب دورًا رئيسيًا في تحديد واتجاهات وسلوكيات أفراد الدولة، كما أن لكل مجتمع ثقافته وعاداته وتقاليده ومعتقداته الخاصة التي تعينه على حل مشاكله الداخلية، كما تمثل مؤشرًا واضحًا كشكل وأسلوب تعامله مع المشاكل الخارجية التي قد يتعرض لها من

تهديدات (اقتصادية - سياسية - عسكرية - كوارث طبيعية) ومن أهم الموضوعات التي يتم التركيز عليها في هذا المجال ما يلي:

(١) المستوى التعليمي وناتج العملية التعليمية.

(٢) نسبة الأمية وآثارها على المجتمع.

(٣) مدى تقدم البحث العلمي والمستوى التكنولوجي.

(٤) العادات والتقاليد خاصة المتبعة في الأعياد الدينية والقومية.

(٥) الأنماط الثقافية والسلوكية المتوارثة في المجتمع.

(٦) وحدة اللغة والثقافة.

(٧) حجم ومدى تغطية وسائل الإعلام في الدولة وأثرها على ثقافته وسلوكيات أفراد المجتمع (صحافة - تليفزيون - إذاعات - نشر).

(٨) تحديد الأساليب المستخدمة عبر وسائل الاتصال وأجهزة الإعلام لإثارة وتشكيل مواقف ومشاعر وسلوكيات أفراد الدولة.

(٩) حرية الصحافة والنشر والرأي والفكر لمختلف الاتجاهات والأحزاب في الدولة محل الاهتمام.

(١٠) الدين والطوائف الدينية ومدى تأثيرها على الوحدة الوطنية.

(١١) التطرف الديني ومدى انتشاره وجنوحه إلى العنف ومدى تهديده للوحدة الوطنية.

(١٢) حجم ودور (الهيئات - المؤسسات - الجمعيات الدينية... إلخ) ومدى تأثيرها في أفراد المجتمع.

و- العوامل العسكرية:

غالبًا ما يكون لنشاط وحركة وبرامج القوات المسلحة أثر واضح على كافة البرامج والخطوط (السياسية - الاقتصادية - التنمية الاجتماعية) في أي دولة.

(١) دور وتأثير القوات المسلحة في مختلف المجالات والميادين.

(٢) المشاكل والقضايا التي تفرز الترابط أو تخلق التنافر.

(٣) حجم ونوع وتأثير المساعدات الخارجية (ديون عسكرية - نقص حجم الصفقات).

الوسائل المستخدمة خلال الحروب المعاصرة من أجل تحقيق إستراتيجية العمليات النفسية:

أ - الأنشطة والإجراءات العسكرية التي تهدف إلى الاندماج ووضع الأفراد تحت الضغط المستمر.

ب- العمل على إسقاط التوازن للأفراد من خلال تنمية مشاعر الإحباط واليأس الناجم عن نشر الذعر بينهم.

ج- الاحتواء والعلاج لمواجهة العمليات النفسية المعادية من خلال ثلاث مراحل؛ الأولى: مرحلة المنع والوقاية، ويتم فيها تنمية المهارات والاسترخاء وتحمل الضغوط ونشر الوعي والتدريب على المواقف الافتراضية. والثانية: إعداد وتطبيق البرامج السلوكية ضمن برامج التأهيل والتدريب. والثالثة: المواجهة والاحتواء، ويتم فيها العزل والإخلاء الفوري للحالات الحرجة.

استخدام أساليب الضغط النفسي [١]:

من خلال تنفيذ حملات التخريب النفسي والحملات الدعائية والتي تتمثل في توجيه الصدمات والمفاجأة واللعب بالعواطف والانفعالات تجاه الخصم مع العمل على تقليب الرأي العام على مخططات وأهداف الجانب المعادي وفضح أساليبه.

دراسة وتحليل الحملات النفسية المعادية لتحديد أهدافها، ونتائجها، ومدى تأثيرها على الأفراد والجماعات، من خلال استخدام الأساليب المضادة، مثل:

أ - التنفيذ المباشر، وغير المباشر، والسبق، والإحباط، والأسلوب التحويلي للتقليل من أهمية الموضوع.

ب- استخدام التصريحات والمعلومات التي تبدو وكأنها تؤيد وتخدم مصالح الدولة، وإظهارها على أنها تمثل الرأي العام المحلي والإقليمي.

---

(١) مقابلة مع اللواء أح د. عبد الرحمن الهواري بتاريخ ١/ ٣/ ٢٠٠٧.

أهداف العمليات النفسية المعادية:

أ - الوجود النفسي لقادة الأمة:

تمثل شخصية القائد في مجتمعاتنا التي يحكم فيها الفرد حكمًا مطلقًا في كثير من الأحيان أهمية كبيرة للتأثير من خلاله على الجمهور في مجتمعه، ولذا ستجعل القوى الفاعلة في النظام العالمي الجديد مسألة التعامل مع الوجود النفسي للقادة هدفًا رئيسيًا من خلال التوجه إلى أفكاره وآرائه وأساليبه القيادية بالنقد والتحريف.

ب- التعرض بالتشويه لطبيعة الدين الإسلامي الحنيف[1]: بعد انتهاء الشيوعية كفلسفة لإدارة المجتمعات البشرية أعلن الغرب في أكثر من مناسبة أن الخطر الماثل لما بعد الشيوعية سيكون الإسلام.

ج- عزل المجتمع العربي عن الإسلامي: وفق النظام العالمي الجديد ستتركز الجهود لتكوين أهداف مختلفة وتطلعات مختلفة ونقاط خلاف متعددة بينهم حتى تصل القناعات إلى مستوى التفرد بالرأي من أجل سلامة البقاء الذاتي.

د - إرباك أداء الإنسان العربي والإسلامي: السلاح النفسي المعادي سيتوجه إلى التشجيع غير المباشر للشعور بالنقص، والاعتقاد بعدم الكفاءة، وقلة الثقة بالنفس بين المواطنين، مما يبعدهم عن المساهمة في بناء الوطن الجديد.

هـ- تجهيل المجتمع العربي والإسلامي: ومحاولة إلهاء العرب والمسلمين عن اهتماماتهم الوطنية وفق برامج تزيد من احتمالات الجهل بالقضايا الأساسية المهمة وزرع الأفكار الغربية كبديل للأخرى الإسلامية.

و- إثارة التوتر وعدم الاستقرار في المنطقة.

ز- استهداف العقل الفاعل للشباب؛ لأن الشباب غاية الأمة ووسيلتها وقوتها الضاربة في الدفاع عن إنجازاتها، لذلك سيحاول الجانب المعادي نشر المخدرات التي تهيئ لمتعاطيها تقبل الغزو الفكري السلبي وبث البرامج ذات الطابع الاجتماعي الموجه ودعم فاعلية التطرف الديني والسياسي.

ح- تدمير النظام القيمي: خرق النظم القيمية وضوابطها الاجتماعية، مما يؤدي إلى اضطراب المجتمع وضعف قدرته على الصمود والتحدي.

---

(١) محمد منير حجاب: «الحرب النفسية»، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤٤.

ط- تعميم مشاعر الإحباط في المجتمع: فشل الإنسان في إشباع حاجاته يؤدي إلى الميل إلى التخريب المادي المباشر مثل الجور على الممتلكات العامة والتخريب النفسي غير المباشر.

ى- اتباع بعض السياسات التي تقتل روح التحدي والمواجهة [1]:

(١) سياسة الإغراق بالمشاكل الحياتية اليومية.

(٢) سياسة الإلهاء بالرياضة والنشاطات الشبابية السلبية.

(٣) سياسات التنفيس عن الرأي العام بكبش الفداء، أو بإلقاء تهمة التقصير على البعض بدلًا من إيجاد الحلول الناجحة.

(٤) سياسة العصا والجزرة في التعامل مع الشعوب.

(٥) سياسات تجاهل النقد أو التمويه والخداع لاكتساب الرأي العام والمعارضة.

آليات تنفيذ الإستراتيجية:

أ - تجديد البيئة التحتية للمجتمع على خمسة قواعد تشمل [2]:

(١) اقتصاد متطور يسمح بقدر من التوازن الاجتماعي بين القوى السياسية، وبالأخص فيما يتعلق بوجود طبقة وسطى تكون مرتكزًا للفكر الوسطي المعتدل بعيدًا عن الغلو والتطرف.

(٢) مجتمع متقدم وثقافة متكاملة وإعلام مستنير يقوم على الشفافية والإفصاح وحرية المعلومات.

(٣) نظام سياسي ديمقراطي يقوم على حكم الأغلبية والانتخابات الديمقراطية، والتعددية الحزبية، واللامركزية، وتفويض السلطة، وتداولها، والرقابة الشعبية.

ب- رؤية إعلامية شاملة: تعتمد على نظرة كلية مركبة للإعلاميين في تعاملهم مع المعلومات والأحداث اعتمادًا على المعلومات الدقيقة الصادقة والحدس والبصيرة وإدراك المخاطر.

---

(١) محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص ٢٤٩.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٥٦.

ج- **مكافحة الطابور الخامس (العملاء):** من خلال إعداد مناهج توعية واضحة الوسائل، تستهدف تنمية الشعور بالمسئولية لدى المواطنين وتبين نوايا العدو مع التركيز على الدور التجريبي الذي يلعبه هذا الطابور وإيضاح أساليبه في العمل.

د - **مواجهة الشائعات، من خلال:**

(١) إلقاء المحاضرات عن الشائعات ومخاطرها وطرق الوقاية منها.

(٢) تدريس مادة للعمليات النفسية، وبخاصة في الكليات والمعاهد والمراكز العسكرية.

(٣) وضع اللافتات والصور التي تظهر فيها حالات انتشار الشائعات ومخاطرها وأسلوب انتقالها.

(٤) العمل على خلق الوعي الثقافي والفكري والسياسي تجاه الشائعة ومخاطرها عن طريق النشرات والمطبوعات.

هـ- **شن حملة دعائية مضادة:** بغرض كسر إرادة الخصم وتحطيم روحه المعنوية وكشف زيف دعايته وملاحقتها أولًا بأول، وتعتمد هذه الحملة على دراسة العدد من حيث التكوين النفسي والخلفية الثقافية والنمط الإنساني الذي يمثله ودراسة ظروفه السياسية والاقتصادية والاجتماعية ورصد جميع السلبيات لديه.

و- **استثمار التفوق التكنولوجي**[1]: من خلال البث الفضائي والسماوات المفتوحة وثورة الاتصالات ومعامل تركيب الصور والمزج الإلكتروني بواسطة الكمبيوتر.

ز- **تضميد جراح الحرب النفسية:** تؤدي الصور والأخبار التي تتناقلها وسائل الإعلام يوميًا لمشاهد التعذيب والعنف والتدمي ومشاهد الجرحى صغارًا وكبارًا وجنازات الموتى والتي يسمح المعتدون بنشرها في إطار حربهم النفسية لتعميق صورة القهر والظلم الذي يفرضه الاحتلال.

ح- **نشر الوعي الديني:** فالدين الإسلامي بما يتضمنه من مبادئ وقيم من أفضل الوسائل للتحصين ضد العمليات النفسية المعادية.

---

(١) المرجع السابق، ص ٣٦٠.

ط- الاستفادة من التجربة الإسلامية في مواجهة العمليات النفسية[1]: قدمت التجربة الإسلامية في عهد الرسول ﷺ وعصر الخلافة الراشدة أروع الأساليب لمواجهة العمليات النفسية، بل وأتقنوا أساليبها.

ى- مجابهة العمليات النفسية بالأسلوب العلمي: المجابهة العربية المطلوبة يجب أن تعتمد على دراسة عميقة لأساليب العدو التي تمليها عليه أهداف عملياته النفسية الإستراتيجية والتكتيكية، ثم دراسة وسائله المستخدمة، ثم وضع الخطة الشاملة للمجابهة.

أسلوب إدارة العمليات النفسية[2]:

إدارة العمليات النفسية على المستوى الإستراتيجي / القومي عادة تبدأ قبل بدء العمليات العسكرية:

أ - تنمية وتقوية الاتجاهات والسلوك لدعم الشعب في الدولة محل الاهتمام، وذلك للاحتواء والحد من المقاومة وصولاً إلى إنهاء الصراع بطريقة تحقق أقصى عائد / مكاسب من وجهة نظر المخطط.

ب- العمل على إقناع الرأي في الدولة محل الاهتمام بتقبل أهداف العملية.

ج- ضمان الدعم النشط للدول الصديقة.

د - العمل على إقناع الدول المعادية والمحايدة بالقدرات العسكرية لقواتنا والإمكانيات التدميرية الكبيرة لديها.

هـ-ردع أي أعمال عسكرية قد يقوم بها العدو.

و- تدمير قدرة العدو على الحرب أو المقاومة وعزل العدو عن أي دعم خارجي.

ز- الحد من إمكانيات العمل النفسي لدى العدو والتي قد توجه لقواتنا.

ح- استغلال وجود أي صراعات داخلية في صفوف العدو لإحداث زعزعة فيها.

ط- العمل على إغراء وإرشاد المعارضين والمتمردين في صفوف العدو والمواطنين المدنيين لديه لخلق نوع من الرأي العام الداعم للأهداف القومية.

---

(١) المرجع السابق، ص ٣٦٢.

(٢) مرجع الشئون النفسية: المرجع الموحد، ص ٩١.

تهدف العمليات النفسية على المستوى التعبوي إلى:

أ- استمالة عناصر العدو للاستسلام مع العمل على تقليل أفراد العدو لتكره القتال باستخدام الدعاية.

ب- إحباط وتشتيت جهود العدو بنشر الشك ومشاعر السخط والثقة في الهزيمة ونشر وسائط السيطرة على المدنيين باستخدام الإذاعات والمواد المطبوعة.

ج - دعم أعمال الخداع من خلال تنفيذ إجراءات الخداع على المستوى الميداني.

د - نشر رسائل السيطرة على المدنيين بشتى الطرق والوسائل.

هـ- إثارة الرأي العام من وسائل الإعلام المختلفة ووسائل الاتصال الشخصي.

و- مقاومة الدعاية المعادية بالدعاية المضادة النشطة والجزئية والمؤثرة.

المراحل الرئيسية لشن العمليات النفسية أثناء نشوب الصراع المسلح:

تتم من خلال ثلاث مراحل رئيسية هي:

أ- **إثارة الذعر**: من خلال التركيز على إثارة الصراع، وإخلال التوازن النفسي للفرد من خلال الموضوعات التي تتضمنها الحملات النفسية المتكررة، والتي تستهدف إقناع الأفراد بحتمية نشوب الحرب، وبالتالي ورود احتمالات الموت، أو الإصابة الشديدة، أو الأسر، وفي نفس الوقت يتوفر لديه إمكانية النجاة بالنفس، مما يساعد على تولد حالة من عدم الثقة والتوتر لدى الأفراد المقاتلين.

ب- **التخلص من القلق والصراع**: إقناع الهدف بأن نشوب الحرب والخوف من الموت من الأمور المستبعدة مع ضعف نسبة حدوثها، مما يخلق معها حالة من الانقسام وعدم الاستقرار.

ج- **تجسيم مشاعر القلق**: بعد فترة من الهدوء والاستقرار ودراسة وتحليل نتائج المرحلتين السابقتين، حيث يتم شن حملات نفسية تستهدف خلخلة التوازن النفسي للهدف / الأهداف المخاطبة والتي تؤدي إلى:

(١) أقلية تحتفظ بهدوء أعصابها.

(٢) أقلية تنهار نفسيًا وتصاب بما يشبه الشلل العقلي.

(٣) أغلبية تصاب بحالة من الذهول الجماعي، وهي الهدف المخاطب، ويمكن تقسيم هذه المجموعة إلى فئتين:

- فئة تعتقد أنها المقصودة من الحملة النفسية فتعتريها المخاوف المرضية.

- فئة ثانية تشعر بالوحدة وتخلي الآخرين عنها ويصبح (الأصدقاء / الحلفاء) محل الشك.

الخطوات الرئيسية في تنظيم وإدارة العمليات النفسية :

أ- **تحديد المهمة:** تحدد مهام العمليات النفسية لأجهزة وعناصر التخطيط للعمليات النفسية في أي وقت وفي خلال أي مرحلة من مراحل التخطيط، ويتوقف ذلك على تطورات الموقف / الأهداف، وأهمية وأسبقية الهدف النفسي، والتأثير المطلوب إحداثه في الأهداف المخاطبة، وهذا يتوقف بالدرجة الأولى على حجم ونوع المعلومات والدراسات التي تتركز أساسًا على اهتمامات الهدف المخاطب ونقاط الضعف فيه.

ب- **تقدير الموقف النفسي:**

(١) تقع مسئولية تقدير الموقف النفسي على عاتق قسم التخطيط بالاشتراك مع قسم التقديرات والتحليلات بأجهزة / أفرع العمليات النفسية وبناء على تقديرات فرع المعلومات والتهديدات المنتظرة.

(٢) يعتمد تقدير الموقف النفسي على التقدير السليم لعوامل ونقط القوة والضعف والدوافع المؤثرة على الأهداف المخاطبة؛ سواء من الناحية العسكرية والاقتصادية والاجتماعية:

(أ) تحليل القدرة العسكرية للقوات المعادية (برية - بحرية... إلخ) وفكرة وأسلوب عملياته المنتظرة من وجهة نظر العمليات النفسية.

(ب) تحديد ودراسة الدوافع وراء سلوكيات الهدف المخاطب، ويجب على المخطط أن يعمل خلال عملية تقدير الموقف للوصول إلى نوع الدوافع الذي أدى بالهدف لانتهاج سلوك معين، هل هو دافع (اقتصادي - اجتماعي - سياسي - نفسي).

(ج) تحليل نقاط الضعف في الأهداف المخاطبة مع التركيز على العوامل المؤثرة عليها (سياسية - اجتماعية - اقتصادية... إلخ).

(د) تحديد ودراسة نقاط القوة في الهدف، واكتشاف أهم العوامل والدوافع التي يمكن استغلالها لاختراق مواطن القوة والعمل على إضعافها، مع التركيز على العوامل والدوافع النفسية خاصة ضد الأهداف المعادية.

(هـ) دراسة حجم وإمكانيات ومدى صلاحية وحدات وعناصر ووسائل العمليات النفسية المتوفرة والمتاحة.

إدارة العمليات النفسية في العمليات الهجومية :

السمات المميزة لإدارة العمليات النفسية في الهجوم:

(١) تنفيذ إجراءات تنظيم وإدارة العمليات النفسية في وقت قصير لمجابهة المتغيرات الحادة والسريعة في سير العمليات وفي الروح المعنوية للعدو.

(٢) تدمير القدرة على القتال والإصرار على المقاومة وإضعاف الروح المعنوية للعدو.

(٣) تركيز الجهود الرئيسية على شن الحملات النفسية ضد الأهداف المخاطبة في تشكيلات ووحدات النسق الأول المعادي، وكذلك على الأهداف المخاطبة في القوات الجوية والبحرية.

(٤) التحضير المسبق للوسائل المطبوعة والمسموعة لاستخدامها في نشر وتوزيع هذه الرسائل في اليوم الأول والثاني من سير العملية.

(٥) كقاعدة عامة يتم دعم ومعاونة وتمركز عناصر ووسائل العمليات النفسية للتشكيلات التعبوية / التكتيكية والوحدات (جيوش ميدانية - مناطق عسكرية) والوحدات على النحو التالي:

(أ) على مستوى التشكيلات التعبوية (الجيوش الميدانية / المناطق العسكرية): يمكن دعمها بعدد من الأطقم النفسية المختلطة (مطبوعات - صوتيات - مرئيات - استجواب) تتمركز وتجرى انتقالاتها مع مركز قيادة الجيش وتعمل تحت الإشراف الفني لأقسام الشئون النفسية.

(ب) على مستوى التشكيل التكتيكي (الفرقة): عادة تدعم فرق النسق الأول في اتجاه المجهود الرئيسي حتى ٤ طواقم عمليات نفسية تتمركز بالقرب من مركز قيادة الفرقة.

مخطط تنفيذ إستراتيجية العمل النفسي خلال مراحل الصراع:

أ - مرحلة ما قبل الحرب:

(١) التوسع في أساليب التحريض - الترهيب - التقارب - الإيحاء - التخريب - الردع الغير مباشر - التفنيد - التحوير/ السبق والإحباط مع مراعاة إمكانية المزج/ الدمج بين أسلوبين أو أكثر في صياغة وإعداد الرسالة.

(٢) الاقتراب من شعوب القوى المعادية من خلال خطة مدروسة، وبحيث تكون سهلة ومبسطة تعتمد على نشر الدعاية بكافة الوسائل؛ سواء عبر القنوات الفضائية، أو الإذاعية، أو من خلال المنشورات الدعائية.

(٣) تأكيد الدعاية النفسية من خلال الاقتراب غير المباشر مع الحرص على الصراحة وعدم المبالغة والتهويل وذكر الحقائق المجردة.

(٤) بث الإذاعات الموجهة من أجل تهيئة الجو النفسي العام لإقناع القوى المعادية بالتخلي عن فكرة الحرب باعتبارها ليست في صالحه، وتذكيره بأن الحرب لن يأتي من ورائها سوى الدمار مع التأكيد على القدرات القتالية لقواتنا، وذلك في إطار تحطيم نفسية الفرد المعادي قبل الدخول في الحرب.

(٥) تهيئة الرأي العام المحلي والعربي وإعلان تأييده للحرب وتأكيد الكراهية ضد الجانب المعادي.

(٦) توظيف الأحداث والظروف لخدمة أهداف الدعاية والعمل النفسي وعلى أساس منهج مدروس، مع مراعاة الدقة في تنفيذ هذه الدعاية واستخدام مختلف الأساليب الحديثة مثل: (التشويه - التهويل - التضخم).

(٧) الإعداد النفسي والمعنوي من خلال تأكيد الثقة بين الشعب وقواته المسلحة مع التهيئة النفسية للمواطنين من أجل إزالة الرهبة من تأثير الغارات الجوية والضربات الصاروخية المعادية.

(٨) التصدي للعمليات النفسية التي تحاول الأجهزة المعادية بثها من أجل التأثير على نفسية المقاتل ومعنوياته، ومن أجل بث عمليات نفسية غير مباشرة، ومن ثم التخطيط لمواجهة هذه الدعاية وفضح أكاذيبها والشائعات التي تروجها.

ب- مرحلة خلال الحرب:

التوسع في استخدام أساليب التخويف - التشكيك - الضغط النفسي - التقليل من أهمية الموضوع - الصمت مع مراعاة نفس المبدأ السابق في المزج / الدمج.

تحطيم القوات المعادية على النحو الذي يسلبها القدرة على الاستمرار في المقاومة ويدفعها إلى اليأس الذي يقود إلى الإحباط ثم الانهيار والاستسلام، وكذلك تصوير الدعاية المعادية للرأي العام على أنها خليط من الأكاذيب، والعمل على كسب تعاطف الرأي العام والحصول على التأييد في الاستمرار في الحرب مع الاستمرار في تكثيف الخوف ضد القوى المعادية، من خلال أربعة أشياء:

(١) فضح كذب وادعاءات القوى السياسية المعادية، والعمل على بث روح الفرقة، وزيادة هوة الخلافات بينها وبين أفراد الشعب وحلفائها.

(٢) إظهار الآثار السيئة لمواصلة الصراع المسلح.

(٣) دعوة الأهداف المخاطبة للتعاون مع القوات الصديقة ودعم أعمال الحركات المناوئة لنظام الدولة الهدف.

(٤) تركيز حملات الشائعات والأخبار عن الجانب المعادي مثل حرب الخليج الثالثة.

السمات البارزة في العمليات النفسية ضد سكان العدو[1]:

أ - إظهار الآثار السيئة لمواصلة الصراع، وإقناع السكان بأن الهزيمة في الحرب لا تعني هزيمة الشعب، وإنما هي هزيمة للقيادة السياسية.

ب- لا يختلف التخطيط في توظيف واستخدام مشتملات العمليات النفسية (موضوعات - طرق - وسائل) عن الحملات التعزيزية، إلا أن وسيلتي الإذاعة والمنشورات بأنواعها تلعب دورًا بارزًا في تنفيذ الحملات.

ج- التخطيط والإدارة للحملات النفسية التعزيزية على المستوى الإستراتيجي (فرع العمليات النفسية) وعلى أساس التوجهات والتعليمات الصادرة من رئاسة الإدارة.

---

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد، ص ١٠٦.

السمات البارزة في العمليات النفسية:

أولًا: الأهداف العامة، وتتركز على:

(١) معاونة القوات الصديقة والحليفة وتسهيل مهامها أثناء معركة التحرير.

(٢) المعاونة في السيطرة وسرعة إعادة النظام وتشغيل البنية الأساسية في هذه المناطق بعد تحريرها.

(٣) إزالة الآثار النفسية الناتجة عن تعرض السكان للحملات المعادية خلال فترة الاحتلال (إعادة توجيه الفكر - الاتجاهات والسلوكيات).

(٤) التخطيط والعمل على سرعة إعادة الحياة الطبيعية من خلال التنفيذ الدقيق لأوامر الحكم العسكري للأراضي المحتلة.

(٥) استغلال الوسائل الإعلامية المحلية بعد السيطرة عليها.

(٦) الاشتراك في تخطيط وإدارة عمليات الاستجواب والفرز والترشيح (الأسرى - المدنيين - المشردين... إلخ).

(٧) تغيير الأفكار السياسية والاجتماعية والاقتصادية للسكان الذين وقعوا تحت تأثير العقيدة المعادية والدعاية الكاذبة.

ثانيًا: الأهداف العامة للعمل النفسي، وتتمثل في:

(١) في مجال الأعمال العقائدية والسياسية:

(أ) تشكيل المناخ النفسي الملائم لإعادة تشغيل المصانع والمنشآت والمشروعات التي تعطلت أو تحطمت أثناء العمليات الحربية.

(ب) المساهمة في دعم النظام السياسي الجديد والسلطة المدنية الجديدة دون اللجوء إلى العنف أو القهر.

(ج) المساهمة في الأعمال الخيرية الموالية لنا؛ سواء قام بها الأفراد، أو المنظمات المحلية.

(د) المقاومة الحازمة ضد الأعمال التخريبية التي قد تقوم بها المنشآت الموالية للاحتلال.

(٢) في المجالات الاقتصادية والاجتماعية:

(أ) المساهمة في إحياء النشاط الاقتصادي في الأراضي المحررة.

(ب) اتخاذ الإجراءات الحاسمة الخاصة بمصادرة الأراضي والعقارات وغيرها ذات الملكية غير الشرعية وإعادتها إلى أصحابها الحقيقيين.

(ج) تقديم المساعدة الشاملة للحكام العسكريين والمدنيين الجدد خصوصًا في النواحي التالية:

- تزويد المنشآت الإنتاجية بالمواد الخام وتوفير الأيدى العاملة اللازمة.

- تأمين التبادل التجاري والازدهار السريع في التجارة المحلية والخارجية.

- القضاء على البطالة وتشغيل العاطلين؛ لأن انتشار البطالة يشكل المناخ الذي يؤدي إلى وجود العناصر التخريبية المعادية.

(٣) في المجال الثقافي والروحي:

(أ) إعادة فتح الجامعات والمعاهد التعليمية العليا بعد عدة أشهر من التحرير، وذلك ضمانًا لتطهيرها من الاتجاهات المعادية.

(ب) الإسراع في إحياء أعمال المنشآت الثقافية مع استخدام أفلام سينمائية وتليفزيونية هادفة تخدم مصالحنا.

ج- ترتبط العلميات النفسية التعزيزية ارتباطا وثيقًا بعمليات تحرير المدن والمناطق المحررة، وتلعب الدور الأساسي في عودة الحياة الطبيعية وإمكانية السيطرة على هذه المناطق بواسطة القوات الصديقة / الحليفة، وذلك بالتنسيق والتعاون الكامل مع الأجهزة المعنية (التعليم - الثقافة - الصحة - الطاقة - الشئون الدينية والاجتماعية - إدارة الحكم العسكري... إلخ).

الإستراتيجية المقترحة لتنفيذ العمليات النفسية خلال الحروب المعاصرة:

أولاً: في إطار التخطيط وقياسات الرأي العام:

أ - أن يكون هناك تخطيط مسبق وأهداف سياسية وإعلامية محددة تبنى عليها مخططات الحملات الدعائية والنفسية التي توجه للدول المعادية.

ب- أن تأتي الخطة الدعائية والنفسية بما يتماشى مع أهداف أو سياسات الدولة، من خلال اتباع الأساليب العلمية والنفسية الحديثة.

ج- استخدام كافة إمكانيات وقوى الدولة الشاملة في إطار تخطيط هذه الإستراتيجية، بما يؤدي إلى التنبؤ السليم بطبيعة الصراع المسلح المحتمل وتوفير المعلومات والحقائق من الجانب المعادي وأن تتماشى مع الإستراتيجية العسكرية للمرحلة وأهدافها القومية.

د - خلق موقف مؤيد للرأي العام للدولة وسياساتها والدفاع عن أمنها ووحدة أراضيها التأكيد للرأي العام العالمي والإقليمي من خلال وسائل الاتصال المباشرة وغير المباشرة.

هـ- القياس العلمي والموضوعي للرأي العام الدولي والعربي والمحلي بصفة خاصة لتحديد الاتجاهات والأبعاد، وبالتالي التحديد العلمي والدقيق للحملات الدعائية والنفسية تجاه الجمهور المتلقي (اتجاهاتهم - مشاعرهم - اهتماماتهم).

و- خلق رأي عام مناهض لامتلاك الجانب المعادي لأسلحة الدمار الشامل.

ز- تجنب إذاعة أو نشر أية أخبار أو معلومات حول الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية عن الوطن؛ وذلك حتى لا يتاح المجال للعدو في جمع هذه المعلومات والاستفادة منها في حربه النفسية ضد الوطن.

ح- التوعية القومية لمخاطر العمليات النفسية والدعايات والإشاعات المسموعة من خلال تقديم الحجج والبراهين المنطقية والحقائق الملموسة التي منشؤها أن تدحض كافة محاولات العدو الدعائية والإشاعات المغرضة ضد المجتمع [1].

ط- التأكيد على عدالة قضايا المجتمع وحقه في الدفاع عنها مهما كلف الثمن وعدم التأثر بأية محاولات من شأنها أن تضعف الروح المعنوية لدى أفراد المجتمع.

ى- تنمية أساليب التحكم الذاتي لدى أفراد المجتمع على نحو يمكنهم من ضبط الذات والامتناع عن ترويج الشائعات، من خلال:

(١) ضبط ومراقبة سلوك الأفراد وإنزال العقوبات بحق مروجي الشائعات

---

(١) عماد عبد الرحيم الزغول: مرجع سبق ذكره، ص ١٨٥.

المسموعة ومساعدة الأفراد على تفهم الشائعات والغرض منها.

(٢) تنمية الثقة بالنفس وبالوطن وبالقوات المسلحة؛ لأن ذلك من شأنه أن يعزز الروح المعنوية لدى الأفراد ويرفع من مستوى التحدي والصمود.

(٣) التوعية المستمرة لأفراد القوات المسلحة وتعريفهم بنوايا العدو ومخططاته من أجل رفع مستوى الجاهزية لديهم لإحباط كافة محاولات العدو.

(٤) العمل على تنمية العلاقات الرأسية والأفقية بين قطاعات وتشكيلات القوات المسلحة المختلفة مثل العلاقات بين القادة من المستويات المختلفة وبين القادة والأفراد يعزز تماسك القوات المسلحة ويزيد من كفاءتها في التصدي لأية محاولات دعائية مضادة.

ك- التصدي للشائعات المغرضة، من خلال:

(١) تكذيب الإشاعات من قبل شخصية ذات نفوذ سياسي أو اجتماعي أو عسكري.

(٢) تفنيد الإشاعات ودحضها بإصدار بيانات تستند إلى معلومات تمتاز بالدقة والوضوح والموضوعية.

(٣) تحليل الإشاعات من خلال إجراء يعرف باسم «عيادة الشائعات» من خلال:

(أ) تعيين لجنة فحص تقوم بتحديد الوقائع والأحداث المرتبطة بموضوع الشائعة وكتابة تقرير تدحض فيه مثل هذه الوقائع والأحداث.

(ب) استغلال وسائل الإعلام المختلفة لكشف زيف الشائعات بالاستعانة بخبرات يكون مهمتهم تناول مضمون الشائعات والعمل على تحليلها لبيان أوجه التناقض فيها.

(ج) استخدام الملصقات التي تصور الشائعة على أنها مصدر إعلام يخدم العدو من شأنه أن يؤدي إلى إحجام الناس عن ترويج الشائعات.

(د) استخدام النشرات والكتيبات المطبوعة كوسائل لنقل الأخبار.

(هـ) استخدام الأفلام السينمائية والتليفزيونية لمحاربة مخاطر الشائعات.

ثانيًا: بناء الردع النفسي في إطار يحقق الأمن القومي للدولة:

من خلال تفعيل القضايا المؤثرة على الأمن القومي للدولة والتعامل بما يتفق مع

التطورات والمتغيرات المعاصرة، وفي إطار يهدف إلى ردع القوى المعادية وخلق رأي عام ضاغط، إضافة إلى تحقيق التعاون مع الدول الصديقة وفي إطار خطة مستقبلية متكاملة.

ثالثًا: مواجهة الدعاية النفسية المعادية:

أ- تعتبر من أخطر العمليات التي تهدد الأمن القومي، والتي تبث بشكل غير مباشر عبر الفضائيات المعادية، ومن خلال شبكة الإنترنت والصحافة الدولية، ومن ثم فإن الرد على هذه الدعاية يجب أن يأتي من خلال مجموعة متخصصة ومتفردة.

ب- استخدام العمليات النفسية باعتبارها سلاحًا قويًا وفعالًا وبآليات حديثة يمكن من خلالها إجبار العدو على الاستسلام أو التنازل مع توظيف الأحداث والظروف لخدمة الدعاية في العمليات النفسية بما يتماشى مع إستراتيجية الدولة.

ج- التلويح المستمر بقدرات الدولة العسكرية واستعدادها لمواجهة أي تهديد عسكري، مع التأكيد على أن الحل السلمي هو الأسلوب الطبيعي لحل القضايا والتأكيد على شرعية العمل العسكري في حالة التهديد المباشر للأمن القومي للدولة.

د- اختيار أفضل وأدق وأعمق الشعارات وتأكيدها في عقول وقلوب المواطنين والمقصود هنا الشعارات الصادقة والمعبرة عن نبض الشعب وليس الشعارات الخيالية[1].

* * *

(١) عمرو يوسف: «الحرب النفسية وتأثيرها في السلم والحرب»، مرجع سبق ذكره، ص ١٢٥.

خلاصة الفصل الثالث

إن العمليات النفسية أشد خطرًا وتأثيرًا من الحرب الميدانية؛ لأن آثارها ترتبط بالجوانب النفسية والمعنوية لدى المدنيين والعسكريين في آن واحد، فهي تسعى إلى التأثير في الكفاءة العقلية والأدائية والإنتاجية لدى الأفراد، كما أنها في الوقت نفسه غير محددة المصدر إذ من الصعوبة تحديد الجهات التي تشنها فقد تكون من داخل المجتمع أو من خارجه، وهي أيضًا تستخدم وسائل متعددة ومتباينة، مما يجعلها ظاهرة معقدة بالغة التعقيد، وتتطلب كل الحذر والحرص وبذل كافة الجهود للمقاومة والتصدي لها.

إن مقاومة أساليب العمليات النفسية لا تقع على عاتق جهة واحدة من المجتمع، ولكنها مسئولية كل فرد من أفراد المجتمع، وتحديدًا تقع على عاتق الشباب والمثقفين والمفكرين؛ فإن مثل هذه الشريحة هي الطليعة والدعامة الحقيقية للمجتمع.

فالإعلام أحد طرق العمليات النفسية، لأن وضع إستراتيجية إعلامية وإستراتيجية للعمليات النفسية أصبح ضرورة ملحة في ظل المتغيرات المتلاحقة والسريعة وما تستخرجه مما حدث في الحروب المعاصرة.

كما أن دراسة الأسس التي تقوم عليها العمليات النفسية أصبحت ضرورة ملحة وذلك للعمل على تعريفها وإفهام الفئات المستهدفة حقيقة هذه الأسانيد الباطلة التي يعتمد عليها العمل الإعلامي الدعائي النفسي، ويقتصر التخطيط العلمي لمجابهة عمليات العدو النفسية على إعداد خطة دعائية موحدة ومحكمة يقوم على وضعها جيش من الساسة الدعائيين المتخصصين على أرفع المستويات وأجهزة إعلامية راسخة قادرة على بناء وتنفيذ الخطة الدعائية، ويساعد في هذه المجابهة وضع خطة شاملة لدراسة طبيعة دولة العدو من خلال إستراتيجية تستغل أول ما تستغل الأساس الأيديولوجي وما يساعد في هذه المجابهة، أيضًا توعية مواطنينا ورفع روحهم المعنوية وشن عمليات نفسية بين طوائفه وكشف زيف دعاواه وملاحقتها أولًا بأول مع وضع كافة الاحتمالات والبدائل المقترحة.

العمليات النفسية باتت سلاحًا فعالًا تلجأ إليه وتمارسه الدول والنظم السياسية صديقة كانت أم عدوة باتجاه إيجاد تفعيل للأفكار وتكوين قناعات تؤمن مصالحها، وقد قطعت الدول الكبرى أشواطًا بعيدة المدى في العملية النفسية تمهيدًا لسيادة نوع جديد من أنواع الاستعمار استعبد الناس فكريًا ونفسيًا من خلال وسائل الإعلام المختلفة؛ فالعمليات النفسية بهذا المستوى أصبحت تخصصًا علميًا دقيقًا وسلاحًا سريًا شاملًا لا

نملك نحن العرب والمسلمين إلا القليل من مفرداته؛ والتي لا يجازف الغرب بتزويدنا بها أو حتى بيعها لنا بأثمان باهظة والتعرض بالتشويه لطبيعة الدين الإسلامي الحنيف وعزل المجتمع العربي عن الإسلامي، وإرباك أداء الإنسان العربي والإسلامي، وتجهيل المجتمع العربي والإسلامي، وإثارة التوتر وعدم الاستقرار في المنطقة، والتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والعولمة، والغزو الثقافي والفكري، وتهديد لغتنا العربية، ومن أهم الآليات للتحصين ضد العمليات النفسية الاقتصاد المتطور؛ لأنه وراء مجتمع متقدم، وإعلام مستنير، ونظام سياسي وديمقراطي، ورؤية إعلامية شاملة، ومكافحة العملاء، ومواجهة الشائعات، وشن الحملات الدعائية المضادة، وتضميد جراح العمليات النفسية، ونشر الوعي الديني، وأن تكون هناك خطة إعلامية موازية للتعامل مع الدول والهيئات والمنظمات الدولية، وذلك بعرض القضايا وتوضيح الأهداف المشروعة بطريقة جيدة تضمن اكتساب تعاطف هذه الدول والمنظمات، ومن خلال الاستعانة بخبراء متخصصين لمخاطبة كل شعب أو جهة بالأسلوب الذي يناسبه، وبدء حملة تثقيف وتوعية لمخاطر العمليات النفسية على كافة المستويات وتعبئة الشعور القومي حتى لا يفاجأ بالحملات المضادة.

ومهما تكن خطورة العمليات النفسية التي يشنها الأعداء فلن يحدث الأثر المطلوب ما دام الوعي متوافرًا بين المواطنين والانتباه للمخاطر سائدًا، وهذا هو المطلوب في البداية من وسائل الإعلام التي تقوم وسائل الإعلام المختلفة بتنبيه الناس لمخاطر العلميات النفسية والدعاية المغرضة وتعرض الأمثلة وتخاطب كافة المستويات والثقافات على أن يسبق تلك المواجهات الفعلية فترة كافية وتدريب جميع شرائح المجتمع على كيفية التعامل مع هذه الحملات.

ولأننا من المستهدفين ونتواجد على رأس قائمة الأهداف الحالية والمستقبلية للعمليات النفسية، فليس أمامنا سوى جهودنا الذاتية لدفع ثمن عجزنا من أموالنا وأهدافنا وطموحاتنا، ودون أن نجد من يمد لنا يده أو حتى يدفعنا إلى الأمام، والبداية عملية، فلابد أن تتأسس على إمكانيات معقولة توضع في تنظيمات متناسبة قادرة على توقع وتقدير اتجاهات الحروب النفسية المقبلة، وتأخذ في اعتبارها محاولة الاطلاع على جهود الغير وسبر غور البحث العلمي الذي يساعد في التوصل إلى منهج علمي يقي المجتمع العربي والإسلامي من أية توقعات غير مناسبة لهذه الحملات.

* * *

الخلاصة العامة

ارتكز صمويل هانتينجتون في نظريته صراع الحضارات على أن خط الصراع الدولي خلال القرن الحادي والعشرين لن يكون صراعًا إيديولوجيًا، وإنما سيكون صراعًا بين الثقافات والحضارات، وأن السياسة الدولية ستدخل هذا الصراع كآخر مرحلة في تطور الصراع في التاريخ الحديث، حيث سيكون الأساس بين البشرية مبنيًا على أسس ثقافية وحضارية.

ومن خلال هذه الدراسة تبين أننا يجب أن نفرق بين الإعلام، والدعاية، والإعلان، وأن تكون هناك خطة لكل نوع على حدة ، كما تبين أن العمليات النفسية من أهم وأخطر أدوات الإعلام، وتعتبر من أهم الأساليب والوسائل المستخدمة والتي يمكنها تحقيق النصر.

والإعلام يعد من أهم الأسلحة الدفاعية لأي دولة في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتعتبر العمليات النفسية والإعلام من أهم الوسائل التي تمكنها من إدارة الصراع وتحقيق النصر.

يتسم الإعلام في العصر الحديث باختلالات أساسية تعكس انعدام التوازن العام الذي يسود المجتمع الدولي في جميع المجالات السياسية والقانونية والفنية والمالية.

تبين من الدراسة أن الإعلام يرتبط ارتباطًا أساسيًا بسائر الحقوق ولا يهتم بالفرد فحسب، وإنما يهم أيضًا الجماعات والأمم والمجتمعات، لذلك يتاح التعبير الملائم عن هذا الحق على الصعيد الدولي، وهذا يتطلب حق الحصول على المعلومات وحق استكمال المعلومات الميسورة وكشف زيف الحقائق.

الرقابة المفروضة وغلق الحدود في وجه الإعلام والاحتكار الداخلي الذي يسلط على مجاري الأخبار عند دخولها وخروجها من الأساليب القديمة المستهلكة والتي لا تستطيع مواجهة العمليات النفسية والإعلام في القرن الحادي والعشرين.

الإعلام والعمليات النفسية أصبحا يلعبان دورًا مهمًا في العلاقات الدولية، كما أن الاختراعات الحديثة والإنجازات التكنولوجية الضخمة ووسائل الإتصال بالغة التعقيد والسرعة يمكنها بث المعلومات على الفور بين مختلف مناطق الكرة الأرضية، كما أن نظام

الإعلام الدولي الحالي يتسم باختلال عميق بين البلدان المتقدمة والنامية، ومن خصائص هذا الاختلال سيطرة الدول الكبرى على دورة المعلومات من البداية إلى النهاية (وكالات الأنباء - الإذاعة والتليفزيون - الأفلام - الصحف - المجلات - النشرات - الكتب والمجلات المصورة الواسعة الانتشار، وبنوك البيانات ومؤسسات الإعلان).

العمليات النفسية من خداع ودعاية وشائعات ودعاية مضادة، والتي يتم نقلها عبر وسائل الإعلام المختلفة، ترتبط ارتباطا كبيرًا بالعامل الاقتصادي، فالصلة بين الإعلام والاقتصاد أصبحت بارزة الآن، وأصبح الاتصال قوة اقتصادية مهيمنة وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف وسائل الإعلام ، وأصبح على أساسه يتم تقييم قوى الدولة الشاملة بالإضافة للقوة السياسية والاقتصادية والعسكرية والدبلوماسية وتمثل الصناعات الإعلامية نسبة ٤٠٪ من مجموع الصناعات ومجموع الأنشطة الإعلامية؛ لذا نجد أن الدول الكبرى هي المسيطرة والمهيمنة على أكبر وكالات للأنباء وهي المصدرة للأخبار التي يريدون تصديرها إلينا بهدف بث الرعب والخوف في قلوبنا، وأن نظل نحن القوى المستضعفة أمام جبروت القوى الكبرى، وترويج ثقافة عالمية واحدة وهي الثقافة لأنجلو أمريكية، والاختلال الاقتصادي الذي يزداد تفاقماً يواكبه اختلال لا يقل خطورة في مجال الإعلام ووسائل الاتصال بأسرها.

تبين من الدراسة وخلال الحروب المعاصرة (حرب الخليج الثالثة وحرب لبنان) أهمية الإعلام والعمليات النفسية في تحقيق ودعم الأعمال العسكرية، ويمكننا أن نطلق عليهما حربًا إعلامية تكنولوجية استخدمت فيها جميع وسائل الإعلام والعمليات النفسية، حيث استخدمت العمليات النفسية بجميع أشكالها: من خداع، وتضليل الرأي العام، والتعتيم على الحقائق، والشائعات في كل من أمريكا وإسرائيل، وبين ما يذاع في العراق وسوريا ولبنان بهدف تحقيق مصالحهم في المنطقة وإذلال وإخضاع الشعوب لدرجة أن الحرب العراقية أطلق عليها حرب الكذابين.

تبين من الدراسة أن الإعلام والعمليات النفسية أصبحا وجهان لعملية واحدة من خلالها وبالتنسيق الجيد والمتكامل يمكننا تحقيق ما نربو إليه، لذلك فإنه من الضرورة أن نصل لإستراتيجية إعلامية موحدة يمكننا بها مواجهة المتغيرات الإقليمية والدولية في هذا المجال، وأن يكون هناك نظام إعلامي جديد يعترف بضرورة تغيير مناهج التفكير، والتفتح على آراء الغير، والتفهم للمواقف التي تتماشى مع المصالح الضيقة، وأن يكون

هناك حسن استعمال للوسائل الإعلامية الحديثة التي تكتشف يومًا بعد يوم وتوظيفها لخدمة قضايانا الوطنية والقومية، وأن تتخلى عن النزاعات العربية - العربية؛ لأننا أمة مستهدفة وهناك من يسعى لبث الفرقة بيننا.

أن يكون هناك تكامل وتنسيق وحسن استعمال للأقمار الصناعية وشبكات المعلومات والصناعات الإلكترونية ، وتدعيم التعاون بين مؤسسات التكوين والتدريب الإعلامي وتوحيد مناهج التعليم وأساليبه وتدعيم أسس جديدة للبحوث الإعلامية والدراسات.

ومن الشواهد العلمية أن تقلص المسافات وكون العالم أصبح قرية صغيرة لم يقرب نفسيًا بين الشعوب، بل زاد في إبراز الفوارق واستفحال الأوضاع وإثارة النزاعات، وبالتالي خلق مركبات النقص وشحن الضغائن.

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية وقربت المسافات وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان وتجميعها وتخزينها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمساحة، وهناك زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولامركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم وسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة بدلاً من الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير متحررة من النظم والقيود الحكومية.

التنسيق وتوحيد المواقف في التعامل والتعاون مع الخارج، وتحديد اختياراتنا مسبقاً في المؤتمرات الدولية الخاصة بالإعلام والاتصال، وتحديد مواقفنا قبل المؤتمرات الدولية في الأمم المتحدة واليونسكو والاتحاد الدولي للاتصال وغيرها، واستجلاء نقط الالتقاء العربية قبل المساهمة في اجتماعات مجموعة عدم الانحياز والاجتماعات الإقليمية الأخرى، وأن يتم تأسيس الإستراتيجية على ثلاثة محاور:

أ - محور قطري يضمن مشاركة كل المناطق الجغرافية والمجموعات السكنية الديمقراطية والمشاركة الفعالة للأفراد.

ب- ومحور دولي تعالج في نطاقه طرق ممارسة العمل الإعلامي لإصلاح الاختلالات القائمة.

ج- ومحور إقليمي لإصلاح الأوضاع الإعلامية على المستوى الإقليمي.

إن أبناء الأمة العربية بما لهم من تاريخ مشترك وتكامل جغرافي وتجانس ثقافي وانـتماء للحضارة العربية والإسلامية مرشحون قبل غيرهم لتحقيق نظـام إعلامـي عـربي جديـد يستمد أصوله من النظام العالمي؛ يأخذ منه ما يتماشى مع أهداف الأمة العربية، وهذا هـو الرهان الأساسي الذي يتعين على جيل القرن الحادي والعشرين تحقيقها، وأن يكون هنـاك إيقاظ للضمائر حتى لا نظل إلى الأبد نرى مشاهد مماثلة من الإهانات التي لحقت بأجدادنا العرب وما زالت تحدث في العصر الحالي.

* * *

التوصيات

أولا: في مجال التخطيط الإعلامي:

أ- ضرورة تحديد خصائص الجمهور وإمكانياته الاتصالية واحتياجاته ورغباته من وجهة نظره، كذلك من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين في المجالات المختلفة، وأخذها في الاعتبار عند وضع الإستراتيجية الإعلامية والخطة البرامجية للفضائيات العربية كلٍّ على حدة، ودراسة المتلقي باختلاف خصائصه وقدراته وعادات وأنماط تعرضه لوسائل الاتصال المختلفة، وما هي العوامل المؤثرة على اتجاهاته السلبية / الإيجابية وطرق وأساليب ووسائل احتوائها والتحكم فيها، مما يساعد على الوصول للجمهور العربي من خلال الفضائيات العربية فى ضوء تعدد وسائل الاتصال وتنوع مخرجاتها، وأن تكون هناك مراكز ومؤسسات محايدة تقوم بالدراسات والبحوث الميدانية واستطلاعات الرأي لتحليل الحملات الإعلامية والدعائية دون أن تكون تابعة لهيئة أو مصلحة حكومية.

الجهة القائمة بالتنفيذ: الهيئة العامة للاستعلامات- منظمات المجتمع المدني - مراكز خاصة لاستطلاعات الرأي - المؤسسات الصحفية الكبرى.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

ب- استغلال اللغة العربية كأحد عوامل الجذب العربية؛ لأنها وسيلة للتواصل بين الجمهور والفضائيات، وعندما يفتقد الجمهور اللغة خاصة الأجنبية يفقد أحد وسائل التواصل مع الفضائيات الدولية، والتي تصبح بالنسبة له مجرد مناظر وأساليب مبهرة يمكن استغلالها عربيًا في تطوير أساليب العرض الإعلامي، مما يجعل المشاهد العربي ينصرف عن الفضائيات الأجنبية التي لا يفهم محتوى برامجها.

الجهة القائمة بالتنفيذ : الإذاعة والتليفزيون .

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

ج- ضرورة الاستعانة بخبراء في علم الاجتماع والنفس وأساتذة الجامعات عند وضع الخطة الإعلامية للتليفزيون المصري، وبحضور رؤساء تحرير الصحف وأساتذة الجامعات المصرية لتوجيه الرسالة الإعلامية المناسبة للأهداف المخاطبة.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وزارة الإعلام التليفزيون المصري.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

د- الحفاظ على الهوية الوطنية والثقافية، من خلال: تأصيل وتعميق ارتباط المواطن بجذوره الأصلية وحضارته وتاريخه وقيمه الروحية وتقاليد وعادات مجتمعه الإيجابية، وترسيخ الاعتزاز والانتماء للوطن ودوره الحضاري المتواصل ، وكذلك استيعابه الصحيح لقضايا وطنه وأمته. أي أن صيانة الهوية والثقافة الوطنية لا يمكن أن تتم من خلال عزل المواطن عن عصره ومحاصرة فكره، وإنما تتم من خلال فتح كل الأبواب والتعامل مع حضارة العصر بشرط تزويدهم فى نفس الوقت بالبديل الوطني القوي والقادر على تطعيمهم بالفكر الواعي الذي يربطهم بجذورهم الأصيلة، والتعامل مع الآخرين بكل ثقة وبعين قادرة على النقد، وعقل قادر على التمييز والانتقاء؛ لأن حرية الاختيار حق مكفول لكل مواطن في عصر ثورة الاتصال، ولكن الوعي هو أداة ترشيد استخدام هذا الحق.

الجهة القائمة بالتنفيذ : جميع وسائل الإعلام في مختلف الدول العربية.مجلس وزراء الإعلام العربي.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

هـ- التأكيد على الفصل التام بين الإعلام والإعلان دون أدنى محاولة لخداع القارئ، أو المستمع، أو المشاهد، وتفعيل دور المجلس الأعلى للصحافة للحد من هذه الظاهرة، والالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي/ ووضع تشريعات جديدة تعطي للمجلس صلاحية فرض جزاءات على المخالفين أو تفعيل التشريعات القائمة. تطبيق ميثاق الشرف الصحفي.

الجهة القائمة بالتنفيذ : نقابة الصحفيين - المجلس الأعلى للصحافة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

و- ضرورة التخطيط العلمي والموضوعي لحملات الإعلام لتنوير وتثقيف الشعب بمفهوم الحملات المعادية والحملات النفسية التي يتعرض لها الشعب حتى نكون قادرين على الرد السريع، وتنظيم دورات تدريبية لرؤساء تحرير الصحف (صناع القرار) في المجال الإعلامي.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وزارة الإعلام بالتعاون مع مركز الشئون النفسية بالقوات المسلحة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

ط- تحرير اتحاد الإذاعة والتليفزيون والشركات التابعة له من أية قيود بيروقراطية تعوق الأداء الإداري والاقتصادي للاتحاد ، ووضع الضوابط اللازمة للتفرقة الواضحة بين ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتليفزيونية، وبين سيطرة الحكومة عليها ، كما هو الشأن في هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتليفزيون الفرنسي ، والسماح بوجود أنماط أخرى للملكية بجانب ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتليفزيونية.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وزارة الإعلام.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

ثانيًا: في إطار تطوير العمل الإعلامي:

أ- الاهتمام بالمواطن المصري المهاجر، أو المقيم خارج المنطقة العربية بنفس القدر الذي يتم فيه الاهتمام بالمواطن العربي داخل المنطقة العربية، وتؤكد التجربة الفرنسية نجاح القنوات الفضائية العربية في الوصول إلى المهاجر العربي الذي تجاهله الإعلام الفرنسي؛ فانصرف عنه إلى القنوات الفضائية العربية. وتشجيع التبادل البرامجي والبث المشترك في المناسبات الوطنية بين الفضائيات العربية على اختلافها.

الجهة القائمة بالتنفيذ : اتحاد الإذاعة والتليفزيون- المكاتب الإعلامية بالخارج- إصدار طبعات دولية من الصحف المصرية على غرار الأهرام الدولي.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى، وبعد اعتماد وزارة الإعلام.

ب- أن يكون لكل قناة فضائية شخصيتها المستقلة إعلاميًا، بحيث لا تتشابه مع غيرها من القنوات العربية ، وألا تكون صورة مكررة لما يقدم شكلا أو مضمونا في الفضائيات الأجنبية حتى تستطيع أن يكون لها جمهورا خاصا يقبل على برامجها بناء على شخصيتها المميزة .

الجهة القائمة بالتنفيذ : وزارة الإعلام، وتعطي تصنيفًا معينًا لكل قناة؛ سواء سياسية، أو اجتماعية أو اقتصادية.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

ج- أحد ملامح الشخصية المميزة للفضائيات: هي مقدمي البرامج؛ ولذا يجب الاهتمام بالمستوى الفكري والثقافي والعلمي لمقدمي البرامج والصحفيين والإذاعيين بالإضافة إلى قدراتهم الشخصية والتدريب على الأساليب المختلفة للعمليات النفسية التي يمارسها علينا الغرب لفرض إرادتهم علينا.

الجهة القائمة بالتنفيذ : معهد الإذاعة والتليفزيون- معهد الأهرام الإقليمي للصحافة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

د- إنشاء مؤسسة مصرية مستقلة تقوم بالتحقق من توزيع الصحف المصرية ، ونشر أرقام التوزيع ليس باعتباره حقًّا أصيلاً للقراء والمعلنين فحسب، وإنما باعتباره وسيلة لتشجيع المنافسة الصحفية المبنية على الحقائق لا على الأوهام.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وكالة الأهرام للتوزيع - المجلس الأعلى للصحافة. مؤسسات أو مراكز العلاقات العامة والبحوث الميدانية.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

هـ- العمل على الاستفادة القصوى من مساحات الحرية المتزايدة التي وفرتها التكنولوجيا الإعلامية الحديثة مع توسيع مساحة هذه الحرية واستكمالها بإطلاق حق إصدار الصحف للأفراد ، والفصل بين مفهوم ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتليفزيوني، وبين سيطرة الحكومة على هذا الإعلام، وإيجاد صيغة جديدة للمؤسسات الصحفية القومية لا تجعلها مملوكة لمجلس الشورى.

الجهة القائمة بالتنفيذ : نقابة الصحفيين – المجلس الأعلى للصحافة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

و- ضرورة الاستفادة من ثورة الاتصالات والمعلوماتية، وما أوجد من تقنية حديثة ومتطورة تتمثل فى الكمبيوتر، والإنترنت ، وشبكات الاتصالات الفضائية ، وعلى أن تستخدم هذه الأدوات في تحقيق المزيد من التطور والنمو للعالم أجمع؛ فمجتمعنا المعاصر في أمس الحاجة إلى أن يقوم الإعلام بالتربية والتنشئة على توظيف الرقم في لغتنا وكتاباتنا، والابتعاد قدر المستطاع عن العبارات والمطلحات التقديرية.

الجهة القائمة بالتنفيذ :جميع وسائل الإعلام في مختلف الدول العربية.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى لأن التقدم التكنولوجي سريع ومتلاحق.

ز- إنتاج برامج عربية خالصة ذات توجهات تثقيفية ومعرفية تعطي الأولوية للأطفال لإبعادهم عن البرامج المستوردة التي تركز في مضامينها على العنف والتدمير وإثارة الرعب وكل ما يتنافى مع القيم العربية والإسلامية حتى ينشأ الأطفال على وعي تام بما يحدث حولهم والابتعاد عن إغراقنا بالفن الخليجي، مما قد يؤثر على الفن المصرى وبالذات المقاوم المعرفي، وبالتالي الوجداني فتغلب مشاعر التواكل على الوطنية وحب البلاد.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، شركات الإنتاج الخاصة. وكالة الأهرام للدعاية والإعلان.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

ح- إنشاء جريدة مرئية مصرية ترسل إلى سفاراتنا ومكاتبنا الإعلامية في الخارج وعلى خطوط مصر للطيران لتصحيح المفاهيم الخاطئة عن الدين الإسلامي وعن الدولة سياسيًّا واقتصاديًّا وعسكريًّا وثقافيًّا والتي يروجها المغرضون وإقامة دورات تدريبية وحلقات نقاش حول كيفية التعامل مع أجهزة الإعلام الدولية يلحق بها السفراء والمتحدثون الرسميون والمستشارون الإعلاميون للتدريب على الحوار وامتلاك القدرة على الإقناع .

الجهة القائمة بالتنفيذ : وكالة الأهرام للدعاية - التليفزيون المصري معهد الأهرام الإقليمي للصحافة - المجلس الأعلى للصحافة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

ط- إعطاء مساحة أكبر في مقررات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية لدراسة الإعلام الخارجي وتدعيم علاقات هذه الجامعات بالمؤسسات الإعلامية الدولية وتشجيع رسائل الماجستير والدكتوراة تتناول الإعلام الخارجي وآليات التخاطب مع الآخر.

الجهة القائمة بالتنفيذ : مختلف الجامعات المصرية .

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

ثالثًا: في إطار التحرك الإعلامي على المستوى العربي:

أ- ضرورة إيجاد وسيلة للتكامل والتنسيق بين الفضائيانت المصرية والعربية، بحيث تعمل بشكل متكامل، سواء قنوات خاصة أو حكومية، وليس بشكل متنافس حتى تكون الفضائيات العربية بمثابة وحدة لمنافسة الفضائيات الأجنبية.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وزارت الإعلام في الدول العربية- مجلس الإعلام العربي- الجامعة العربية – مهرجان القاهرة للإذاعة والتليفزيون.

المدى الزمني للتنفيذ: يتم التنفيذ خلال عام واحد فقط.

ب- أهمية التوصل إلى قواعد كفيلة بمنع وسائل الإعلام من انتهاك حرية الأفراد والجماعات، وعدم تحويلها إلى أبواق دعاية للمصالح الخاصة، أو التيارات الفكرية الهدامة، وضع مدونة تتضمن المفاهيم القانونية لحدود التعبير من خلال وسائل الإعلام مع تكليف مجموعة من القانونيين المختصين بصياغتها ووضع بنودها وموادها.

الجهة القائمة بالتنفيذ : جميع وسائل الإعلام - نقابة الصحفيين- المجلس الأعلى للصحافة

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

ج- إعادة النظر فى واقع التعاون الإعلامي العربي وهياكل تمويله في ظل تنامي الاحتياجات الإعلامية العربية الناتجة عن النمو في وسائل الإعلام، وهي احتياجات توفر أُسسًا جديدة للتضامن المالي والتعاون والاستفادة من التجربة الأوروبية التي استثمرت هذا الواقع الجديد في مواجهة هيمنة الإنتاج الأمريكي على صناعة التليفزيون الأوروبية ؛ فالاحتياجات البراجية في العالم العربي سوف تزداد بظهور التليفزيون الكابي وانتشاره والذي سوف يصبح المستورد الأساسي للبرامج الأجنبية ، مما يفوض الأسس الثقافية والاقتصادية لهذه الوسائل.

الجهة القائمة بالتنفيذ : وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

د- تشجيع قيام سوق عربية موحدة، وبالتالي إنشاء قناة عربية تعمل على لملمة الصف العربي، ونبذ الخلافات والصراعات العربية في إطار ميثاق الشرف الإعلامي بتخصيص قناة فضائية أو أكثر لمخاطبة شعوب العالم باللغات العالمية الحية، وإصدار صحف ذات مقومات عالمية تركز اهتمامها على عرض القضايا المصرية والعربية المهمة بأسلوب يجذب

القارىء في الخارج.

الجهة القائمة بالتنفيذ : جامعة الدول العربية- مجلس التعاون الخليجي وزارت (الإعلام- الدفاع - المالية).

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة وطويلة المدى.

رابعًا : في إطار تفعيل دور الرأي العام، من خلال وسائل الإعلام الحديثة :

أ- بلورة رؤية إعلامية تواكب عصرها وتتعامل بكفاءة مع متطلبات وتحديات القرن الجديد على ضوء ثورة وسائل الاتصال والمعلومات، وذلك انطلاقا من استثمار البنية الأساسية المتطورة التي تحققت للإعلام المصري، وعدم الاستسلام لنظرية المؤامرة التي نرجع إليها كل مظهر من مظاهر فشلنا .

الجهة القائمة بالتنفيذ : وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروؤة والهيئة العامة للاستعلامات ومكاتبها في الخارج .

المدى الزمني للتنفيذ : خلال فترات قصيرة المدى.

ب- العمل على إرساء قواعد للتعاون بين أجهزة الإعلام وأجهزة البحث العلمي والتكنولوجيا المتطورة، وإقامة «وكالة فضاء مصرية» توفر المنظور القومي للاستفادة من عصر الفضاء والأقمار الصناعية، وتكوين الكوادر العلمية القادرة على مواكبة الإعلام للتحديث المستمر. واعتبار القمر الصناعي المصري نايل سات البديل الأمن للشبكات الأرضية للإرسال الإذاعي والتليفزيوني في مصر ، وتعظيم دور القمر الصناعي المصري؛ وذلك باستثناء أجهزة الاستقبال من كافة الرسوم والضرائب باعتبارها إحدى وسائل التعليم والثقافة حتى يتمكن المواطنون من الاستفادة القصوى من القنوات المتخصصة.

الجهة القائمة بالتنفيذ : القمر الصناعي المصري - وزارت الإعلام في مختلف الدول العربية.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

ج- العمل على دعم الحوار والتواصل مع شعوب وثقافات العالم ، وتعزيز مكانة مصر ودورها في أمتها العربية والإسلامية وقارتها الإفريقية والعالم ، من خلال نشر وتوسعة الاستخدامات الفضائية ، وفتح المزيد من المكاتب الإعلامية في الخارج. الاهتمام بالتحديث والتطوير المستمر لموقع مصر على شبكة «الإنترنت» ومما يجعل موقع مصر على الشبكة من أحدث المواقع وأكثرها تطورا على الساحة العالمية.

الجهة القائمة بالتنفيذ: الهيئة العامة للاستعلامات -مكاتب مصر للطيران في الخارج- مركز معلومات مجلس الوزراء.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة المدى.

د- التعبير عن قضايا المجتمع وتعميق المسيرة الديمقراطية والحرص على تحقيق التفاعل الخلاق بين الرأي والرأي الآخر ، مما يستهدف خلق الرأي العام المستنير الواعي بقضايا وطنه، وتصحيح الصورة المشوهة عن مصر، وإبراز القضايا العادلة التي تتبناها، وإيجاد اتجاهات إيجابية نحو قضايانا لدى الرأي العام العالمي، ومواجهة تحديات الإعلام المضاد وكشف خداعه، وخلق تفاهم بين الشعوب، واختبار العاملين بالخارج على أسس موضوعية تتوخى الكفاءة والإلمام الشامل بدور مصر السياسي والحضاري.

الجهة القائمة بالتنفيذ : السفارات والقنصليات بالخارج والهيئة العامة للاستعلامات ومكاتب الصحف بالخارج .

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى نظرًا للمتغيرات الإقليمية والدولية المتلاحقة.

هـ- إنشاء جمعيات لحماية المتلقي؛ سواء كان قارئا، أو مستمعا، أو مشاهدا عن طريق قيامها بمتابعة الموضوعات المعروضة في وسائل الإعلام ، ووضع تقارير عنها والهدف منها ضبط الأخطاء والمخالفات.

الجهة القائمة بالتنفيذ : منظمات المجتمع المدني – نقابة الصحفيين- نقابة العاملين بالإذاعة والتليفزيون.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات قصيرة المدى.

و- إيجاد قنوات للحوار مع القيادات الفكرية وقادة الرأي والقيادات الإعلامية في الخارج مع تزويد الجاليات المصرية والعربية والإسلامية في الخارج بمجريات الأحداث في مصر والعالم العربي والإسلامي، واستثمار إمكاناتهم للرد على المزاعم والافتراءات التي تستهدف مصر والمنطقة العربية والإسلامية.

الجهة القائمة بالتنفيذ : المكاتب الإعلامية في الخارج- الهيئة العامة للاستعلامات.

المدى الزمني للتنفيذ: خلال فترات متوسطة وطويلة المدى.

* * *

المصطلحات الأساسية للعمليات النفسية

١ - الاتجاهات :

هي حالة من الاستعداد العقلي كونتها الخبرات المكتسبة للفرد / المجموعة، وتؤثر إيجابيًا أو سلبيًا على استجابات الفرد/ المجموعة للمواقف التي يتعرض لها (على سبيل المثال الجنود المتمرسون لديهم مواقف / اتجاهات سلبية تجاه الإهمال) كما تعتبر العاطفة من أهم الاتجاهات المكتسبة.

٢- العاطفة:

هي الاستعداد للقيام بنوع معين من الاستجابات (مجموعة الانفعالات) وفقًا للحالة الشعورية الراهنة لطبيعة الموقف الخارجي، وبالتالي فهي بناء نفسي دائم يتكون تدريجيًا من خلال تجارب وجدانية تؤدي إلى عاطفة حب أو كراهية.

٣- الانفعال:

هو مجرد استجابة معينة لموقف خاص أو تجربة نفسية أو خبرة سابقة تحرك وتوجه سلوك الفرد أو الجماعة.

٤- الأهداف النفسية:

هي الأشياء التي توجه سلوكيات الفرد أو الجماعة لإشباع احتياجات الفرد / الجماعة فمثلاً ثبات الفرد / الجماعة في القتال بهدف إرضاء / إشباع دوافع داخلية بإظهار الشجاعة أو ثبات كيانها أو كبريائها.

٥- السلوك:

و أي عمل خارجي يصدر عن الكائن الحي لتحقيق هدف ما - و قد يكون السلوك إما فردي أو جماعي.

٦- السلوك الفردي:

و التصرف الفردي الذي يصدر عنه لتلبية دوافع شخصية يكون الغرض منه تحقيق الأهداف الشخصية باعتباره وحدة مستقلة دون ارتباط بمصر.

٧- السلوك الاجتماعي:

هو التصرف الذي يصدر عن الفرد نتيجة لدوافع اجتماعية أو طبقية أو بغرض المحافظة على كيانه و شخصيته باعتباره عضوًا من أعضاء مجتمع عام (الأسرة - المدرسة)

أو طائفة أو الوطن، ويتضح ذلك في سلوكيات المنافسة والمشاركة الوطنية أو التقليد.

٨- الدوافع:

هي قوة دافعة و موجهة داخلية كامنة تحرك السلوك الظاهر أو الباطن لتحقيق هدف إيجابي أو سلبي، ويجب أن تضع في الاعتبار ضرورة تواجد منبه يحمل الدافع وتحريكه من السكون إلى النشاط، و الدوافع؛ إما أن تكون فطرية، أو مكتسبة.

٩- الدوافع الفطرية:

هي الاستعداد الفطري والنفسي الذي يؤثر على سلوك الفرد/ الجماعة مع الآخرين أو على المجتمع، ويتمثل في: (الإدراك - الاستهواء - التقليد - المشاركة الوجدانية).

١٠- الدوافع المكتسبة:

وهي القوة الدافعة التي يكتسبها الفرد من خلال تفاعله مع البيئة تجربة ناجحة، أو فاشلة، ودون إرادته مثل: (العقد النفسية - الحيل العقلية).

١١- الحاجة/ الرغبة:

صورة من صور المنبهات تمثل حالة من النقص تقترن بنوع من (التوتر - الضيق- القلق) تزول باستكمال هذا النقص، وقد تكون احتياجات غريزية ضرورية، مثل: (الجوع - العطش - الإدمان - الجنس) أو احتياجات ثانوية تكون صحيحة بتفاعلات اجتماعية وثقافية، أو مرتبطة بالنواحي الاجتماعية.

١٢- الباعث:

وهو الصورة الثانية من صور المنبهات، وهي تشكل موقفًا خارجيًا ماديًا أو معنويًا تستجيب له الدوافع، مثل: (القوانين - اللوائح - الإشارات - الملصقات - المكافآت - الحوافز).

١٣- الرأي:

هو وجهة نظر أو حكم عن موضوع خاص تتم صياغته في عقل الفرد/ الجماعة ويتأثر بآراء وأفكار الأفراد/ الجماعات الأخرى أكثر من تأثره بالحقائق التي قد تكون غائبة عنه.

١٤- الرأي العام:

هو الفكرة السائدة بين مجموعة من الأفراد/ الجماعات تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف، أو سلوك معين، أو مشكلة من المشاكل التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق

بمصالحهم المشتركة؛ فهو محصلة الآراء والأحكام السائدة في مجتمع ما.

١٥- الاتصال:

عملية تتضمن نقل أو إرسال إشارة منطوقة أو مكتوبة أو مصورة (رسالة) إلى رمز من مصدر معين إلى جمهور معين عن طريق وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال، وذلك بقصد التأثير في رأي واتجاهات مجموعة من الأفراد و الجماعات، وتتم هذه العملية من خلال أربع عناصر هي: (المرسل - الرسالة - المستقبل - التغذية العكسية).

١٦- الإحباط:

هو حالة من الحرمان والشعور بالتهديد تتولد لدى الفرد / الجماعة نتيجة عائق، أو مجموعة من العوائق تحول دون تحقيق هدف حيوي تؤدي بالتالي إلى اضطراب انفعالي وسلوك مرضي / سلبي وتدهور في الشخصية يتولد عنه الميل إلى العدوان كاستجابة وجدانية في مواجهة الإحباط ويتدرج العدوان من التهجم اللفظي والنقدي والتأنيب إلى الاعتداء الفعلي على الآخرين وممتلكاتهم.

١٧- غسيل المخ :

غسيل المخ: الإقناع الإجباري أو الإصلاح الفكري، هي عملية تستخدم لتوجيه الفكر والسلوك الإنساني ضد رغبة الفرد و ضد إرادته وعقله، حيث يتولد لدى الفرد خضوعًا لا إراديًا يجعله تحت تسلط نظام لا عقلاني لا حيلة له فيه.

١٨- الهدف المخاطب:

هو الفرد - مجموعة الأفراد - الجماعة أو الجماعات التي توجه إليها الحملة، أو الحملات النفسية بهدف تغيير آرائها واتجاهاتها وسلوكها إلى ما يهدف إليه المخطط.

١٩- الشائعات:

اصطلاح يطلق على رأي موضوعي معين، أو عبارة قابلة للتصديق وهي تنقل عادة من شخص إلى شخص عن طريق الكلمة الشفهية أو من خلال أي وسيلة من وسائل العمليات النفسية دون أن يتطلب دليل أو برهان .

٢٠- موضوع الحملة :

عبارة عن فكرة (رأس موضوع - موضوع كامل) يستخدم لتحقيق الهدف النفسي من خلال استغلال نقط التعرض في الهدف المخاطب ، كما يمثل موضوع الحملة جسرًا كوبري لتوصيل المعلومات المتحصلة عن الهدف والسلوك الذي يحدده مخطط الحملة ومطلوب أن يعرفه الهدف.

٢١- الاتصال الشخصي:

أحد العناصر الرئيسية في وسائل العمليات النفسية (السمعية / المرئية) لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين آرائه (خلف رأي عام) ويتم بواسطة شخص أو أكثر يقوم بنشر وإقناع الهدف / الأهداف المخاطبة بموضوع الحملة، ويزيد من قدرات هذا النوع وجاذبية ومدى قدرة وحب المتحدث من الهدف / الأهداف.

٢٢- قائد الرأي:

هو شخص/ الأشخاص القائمين بتنفيذ و ادارة الاتصال الشخصي، وهم ليسوا بالضرورة من أصحاب المراكز أو الشخصيات الاجتماعية البارزة، أو من القادة الرؤساء، ولكنهم أشخاص متواجدين في كل القطاعات المختلفة بالمجتمع وتتوافر لهم القدرة على إقناع الأفراد / المجموعات (اقتصاديًا - سياسيًا - اجتماعيًا) بما يغير من أفكارهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم لخدمة المخطط.

٢٣- الرموز:

يلجأ العقل البشري إلى خلق الرموز كعملية رئيسية لتنظيم التجارب الإنسانية العديدة والتعبير عن الأفكار والعواطف في شكل مبسط حتى يسهل عليه تبويبها وتخزينها وتذكرها، وتتمثل الرموز في (عبارة - كلمة - نغمة موسيقية - مكان - نشيد - شخص - رسم) فمثلا يمكن أن تكون الجماعة رمزًا للسلام.

٢٤- التبرير (خداع النفس):

نوع لا شعوري من العمليات العقلية الدفاعية يلجأ إليها الإنسان لتبرير سلوك يسبب شعورًا بالقلق وعدم احترامة لذاته، و في نفس الوقت يجد هذا السلوك قبولا في نظر الآخرين مثل التظاهر بعدم وجود مشاكل لدى الفرد بينما العكس صحيح.

٢٥- الإبدال أو التحويل:

من العمليات العقلية اللاشعورية التي يلجأ إليها العقل البشري، أي أنه إذا ما وجد الحالة الفعلية عائقا في موضوعاتها فإنه يتحول إلى موضوع آخر غالبا ما يكون متشابه أو على صلة بالموضوع الأول.

٢٦- الإسقاط:

من الأساليب الدفاعية التي يلجأ اليها الفرد لإبعاد الصفات الغير مرغوب فيها عن نفسه فلا يعترف بوجودها فيه، بل يراها في غيره من الناس أو يلصقها بغيره، وقد تكون أحيانا لتحقيق رغبة كامنة في الفرد.

٢٧- الإعلاء والتسامي:

عملية عقلية يقوم الفرد من خلالها بالتعبير عن دافع ما مكبوت بطريقة غير مباشرة ومقبول اجتماعيًا مثل: (الدافع الجنسي، حيث يجد الفرد مجال رياضيًا وثقافيًا واجتماعيًا لتصريف هذه الطاقة بأسلوب مقبول اجتماعيًا).

٢٨- الكبت:

محاولة الفرد لإبعاد ميل لا يتمشى مع قيم المجتمع وتقاليده، مع محاولة الفرد لنسيانها حتى لا يسبب تذكرها شعوره بالأذى وآلام.

٢٩- النكوص:

يقصد به الارتداد والعودة إلى مرحلة سابقة، إما قد تعود عليها (الاعتماد على الغير) أو اكتسبها وعولج منها (السرقة - الإدمان بأنواعه - تزوير ... إلخ)، وقد يمتد النكوص ليشمل جميع جوانب شخصية الفرد وميوله واتجاهاته، وقد يظل قاصرًا على ناحية معينة، وغالباً ما يصاب الفرد بالنكوص عند الخوف أو تعرضه لمشكلة قوية.

٣٠- الروح المعنوية:

يقصد بها الروح أو المزاج السائد بين مجموعة من الأفراد الذين يتميزون بالشعور بالثقة في الجماعة وبثقة الفرد في دوره في الجماعة، كذلك الشعور بالولاء تجاهها والاستعداد للكفاح من أجل تحقيق أهدافها، أي أن الروح المعنوية لمجموع هذه الجماعة يشير إلى وجدانها وتماسكها.

٣١- المظاهرة / الإضراب:

عبارة عن تجمع منظم لعدد كبير من الأفراد ينفذ بهدف الإعلان عن اعتراضهم على قضية/ حدث / قرار اتخذ على مستوى (الهيئة / المؤسسة / الدولة)، وقد تلجأ مجموعة المتظاهرين من استخدام العنف خلال مراحل المظاهرة.

٣٢- المسيرة:

عبارة عن تجمع منظم لعدد كبير من الأفراد ينفذ بهدف الإعلان عن تأييدهم ودعمهم لقضية، أو حدث متخذ على مستوى الدولة، قد تلجأ المسيرة في أحد مراحلها إلى استخدام العنف.

* * *

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية:

وثائق منشورة:

١ - الخطة الإعلامية والإستراتيجية العامة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون لعام ٢٠٠٥.

٢- تقرير التنمية الشاملة في مصر ١٩٩٩/ ٢٠٠٠، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد جامعة القاهرة، ٢٠٠١.

٣- تقرير اللجان النوعية لمجلس الشورى عن تحديث مصر، مجلس الشورى، القاهرة، ٢٠٠٢.

٤- تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية: «مستقبلنا المشترك»، منشور بسلسلة عالم المعرفة، العدد١٤٢، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٨٩.

٥- تقرير اللجنة العالمية للثقافة والتنمية: الطبعة العربية، المشروع القومي للترجمة، العدد٢٧، المجلس الأعلى للثقافة، وزارة الثقافة المصرية، ١٩٩٧.

٦- تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: المجالس القومية المتخصصة برئاسة الجمهورية، الدورة الرابعة والعشرين، سبتمبر ٢٠٠٢ - يونيه ٢٠٠٣.

٧- تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: الدورة الثانية والعشرون، المجالس القومية المتخصصة، رئاسة الجمهورية - سبتمبر ٢٠٠٠ - يونيه ٢٠٠١.

٨- تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام: الدورة الرابعة والعشرون، مجلس الوزراء ٢٠٠٢ - يونيه ٢٠٠٣.

٩- موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد السابع والعشرون / الكتاب السنوي ٧٤- ٢٠٠١.

١٠- موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد الخامس والعشرون / الكتاب السنوي، ٧٤- ٩٩.

١١- موسوعة المجالس القومية المتخصصة: الكتاب السنوي (المجلد السابع والعشرون) رئاسة الجمهورية، ٧٤ - ٢٠٠١.

١٢- موسوعة المجالس القومية المتخصصة: المجلد التاسع والعشرون، رئاسة الجمهورية، الكتاب السنوي ٢٩ (٢٠٠٢ - ٢٠٠٣).

رسائل علمية:

١- آمال كمال طه: «صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات» دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم صحافة، ٢٠٠١.

٢- سمير فرج: «دور الإعلام فى إعداد الدولة للدفاع»، رسالة دكتوراه غير منشورة، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ١٩٩٨.

٣- محمود عبد الفتاح عيد: «دور وسائل الإعلام كأداة في الصراع دراسة تطبيقية على حرب الخليج» رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧.

٤- محيي الدين عبد الحليم حسني: «الإعلام الحكومي وأثره على الرأي العام المحلي»، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ١٩٧٣.

بحوث زمالة:

١- أحمد السرساوي: «دورالإعلام في التنمية الشاملة في ظل العولمة» بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ٢٠٠٣.

٢- أحمد محمد إبراهيم السيسي: «العمليات النفسية ودورها في حرب الخليج ومستقبلها فى إدارة الصراعات الدولية» بحث إجازة زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ١٩٩٤.

٣- أبو العلا محمد: «إستراتيجية مقترحة لوزارة الإعلام لمواجهة العدائيات الغربية ضد الإسلام والعرب في ظل القنوات الفضائية المقترحة» بحث إجازة زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة،٢٠٠٦.

٤- أمين محمد حسني: «المفهوم الشامل للعمليات النفسية وعلاقاتها بالمخابرات الإستراتيجية والتخطيط لها على المستوى الإستراتيجى» بحث زمالة غير منشور، كلية الحرب العليا أكاديمية ناصر العسكرية العليا» القاهرة ١٩٨٦.

٥- أميمة إبراهيم حسن: «دور الإعلام العسكري في إطار المنظومة الشاملة للإعلام لدعم الأمن القومي المصري»، بحث إجازة زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة،٢٠٠٠.

٦- حمدي حسن محمد: «أسس التخطيط الشامل لإعداد الدولة للدفاع سياسيا واقتصاديا» بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة ١٩٩٦.

٧- هالة توفيق الطلحاتي: «العمليات النفسية والإعلام العسكري في إعداد الدولة للدفاع» بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة ٢٠٠٤.

٨- ممدوح سيد شعبان: «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع» بحث زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا ٢٠٠٤.

٩- ياسر فتحي رزق: «دور الإعلام في التنمية الشاملة وأثره على أمن مصر القومى» بحث إجازة زمالة غير منشور، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ١٩٩٧.

الندوات العلمية:

١- أحمد مجدي حجازي وآخرون: الندوة الإستراتيجية عن «العولمة وآثارها على الأمن القومي المصري»، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ٢٠٠٢.

٢- أحمد فراج: «قوة وسائل الاتصال الحديثة في التأثير على المجتمع» ندوة «وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية» المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة بالتعاون مع اللجنة الوطنية لليونسكو ١٢ أكتوبر ١٩٩٤.

٣- السيد ياسين وآخرون : الندوة الإستراتيجية عن «العولمة وآثارها على الأمن القومي المصري» كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ٢٠٠٢.

٤- سعد المكاوي: ندوة عن «الاختراق العلمي للوطن العربي»، ورقة بحثية، المنظمة العربية والثقافية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة ١٩٩٧.

٥- عبد الرحمن الهواري: «إستراتيجية الإعلام في حرب الخليج الثالثة»، ندوة إستراتيجية بهيئة البحوث العسكرية، يونيو ٢٠٠٤.

٦- عبد الرحمن رشدي الهواري وآخرون: الندوة الإستراتيجية عن «العولمة وآثارها على الأمن القومي المصري»، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ٢٠٠٢.

٧- محسن عوض: «حقوق الإنسان والإعلام» وزارة الخارجية، الطبعة الثانية مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، القاهرة ٢٠٠٥.

٨- محمد شومان وآخرون: «عولمة الإعلام والهوية الثقافية العربية»، بحث مقدم إلى ندوة العولمة وقضايا الهوية الثقافية، المجلس الأعلى للثقافة، وزارة الثقافة المصرية، ١٩٩٨.

دراسات وأبحاث:

١- السياسة الإعلامية دراسات وتوصيات الجزء الأول «سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة» ، (٢٩).

٢- عبد الرحمن الهواري: «الإعلام والعمليات النفسية في حرب لبنان» - دراسة بحثية، إدارة الشئون المعنوية، وزارة الدفاع ١٣/ ٩/ ٢٠٠٦.

٣- عبد الرحمن رشدي الهواري: «المتغيرات العالمية والإقليمية المعاصرة وتأثيرها على الأمن القومي العربي والمصري»، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة.

٤- عبد الرحمن الهواري: «التحديات الموجهة لأمن مصر القومي»، دراسة منشورة، الدار العربية للنشر والترجمة، القاهرة ٩٧.

٥- هويدا مصطفى: «المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق في الفضائيات العربية» دراسة تقويمية، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية.

الكتب:

١- إبراهيم إمام: «العلاقات العامة والمجتمع»، مكتبة الأنجلو المصرية، ط-٢، القاهرة، ١٩٦٨.

٢- ابراهيم إمام: «الإعلام والاتصال بالجماهير»، مكتبة الأنجلو المصرية - القاهرة ٧٥ .

٣- إبراهيم إمام: «العلاقات العامة والمجتمع»، الأنجلو المصرية، الطبعة الثانية، القاهرة ٦٨.

٤- إياد شاكر البكري: «حرب المحطات الفضائية»، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٩٩٩.

٥- جيهان رشتي: «الأسس العلمية لنظريات الإعلام»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٨.

٦- حميدة مهدي سمسم: «الحرب النفسية (تأصيل ظاهرة الحرب النفسية وأساليب الحرب النفسية - دراسة نماذج الحرب النفسية الأمريكية- الإسرائيلية - الإيرانية)»، الدار الثقافية للنشر، الطبعة الأولى - القاهرة ٢٠٠٥.

٧- سمير محمد حسين: «الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام»، عالم الكتاب، القاهرة، ١٩٨٤.

٨- سبأ عبد الله باهيري: «قراءات واجتهادات في الحرب النفسية»، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الطبعة الأولى ١٤٢٢هـ.

٩- سوزان القليني: «وسائل الإعلام النشأة والتطور»، دار النهضة العربية ، القاهرة ٢٠٠٣.

١٠- شاهيناز طلعت: «الإعلام المصري بين الماضي والحاضر»، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٨٨.

١١- عبد اللطيف حمزة: «أزمة الضمير الصحفي»، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٦.

١٢- عبد العزيز شرف: «المدخل إلى وسائل الإعلام»، دار الكتاب المصري، الطبعة الثانية، بيروت، ١٩٨٩.

١٣- عزيزة عبده: «الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات» - دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

١٤- عماد عبد الرحيم الزغول: «علم النفس العسكري» دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣.

١٥- عمرو يوسف: «الحرب النفسية وأثرها على السلم والحرب في عصر العولمة» المركز العربي للنشر بالإسكندرية.

١٦- علي جريشة: «نحو إعلام إسلامي»، مكتبة وهبة، القاهرة، ١٩٨٩.

١٧- عبد اللطيف حمزة: «الإعلام تاريخه ومذاهبه»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٨.

١٨- محيي الدين عبد الحليم: «الاتصال بالجماهير والرأي العام والأصول والفنون»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ٩٣.

١٩- محمد علي العويني: «الإعلام السياسي العربي المعاصر»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، عام ١٩٨٥.

٢٠- محمد عبد الحميد: «نظريات الاعلام واتجاهات التأثير»، عالم الكتاب ، القاهرة ١٩٩٧.

٢١- فاروق أبو زيد: «انهيار النظام الإعلامي الدولي»، مطابع الأخبار، القاهرة ، ١٩٩١.

٢٢- مختار التهامي: «الرأي العام والحرب النفسية»، الطبعة الأولى، دار المعارف، القاهرة.

٢٣- محمود خليل: «الصحافة الإلكترونية»، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٧.

٢٤- ملفين ل . ديلفيلو ساند رابول ـ روكيشن: «نظريات وسائل الإعلام» ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، القاهرة ١٩٩٢.

٢٥- ناهد رمزي: «الرأي العام وسيكولوجيا السياسة»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٩١.

٢٦- محمد منير حجاب: «الحرب النفسية»، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.

٢٧- أحمد النكلاوي: «المدخل السيولوجي للإعلام»، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة ١٩٧٤.

٢٨- وليام . ل ريفرز وتيودور بترسون: «وسائل الإعلام والمجتمع الحديث»، ترجمة الدكتور إبراهيم إمام، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٧٥.

٢٩- مصطفى كامل محمد: «التوازن الإستراتيجي في الشرق الأوسط ودور مصر»، الطبعة الثانية، ديسمبر ٢٠٠١.

٣٠- السيد عليوة: «إستراتيجية الإعلام العربي»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الثانية، ١٩٩٠.

٣١- صالح خليل أبو أصبع: «تحديات الإعلام العربي: المصداقية - الحرية - التنمية والهيمنة الثقافية» (دراسات والإعلام) دار الشروق للنشر والتوزيع - مطابع الأرز، عام ٩٨.

٣٢- راسم محمد الجمال: «نظام الاتصال والإعلام الدولي: الضبط والسيطرة»، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، يناير ٢٠٠٥.

٣٣- بول لاينرجر: «الحرب النفسية» ترجمة حميد الرشيد، دار الكتب القومية، بغداد، عام ١٩٦١.

٣٤- معتز سيد عبد الله: «الحرب النفسية والشائعات» دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.

٣٥- راسم محمد الجمال: «الإعلام العربي المشترك: دراسة في الإعلام الدولي المرئي»، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، آيار / مايو ٨٥.

٣٦- عبد الحميد حجازي: «الرأي العام والإعلام والحرب النفسية»، دار الرأي العربي، الطبعة الأولى، ٨٧.

٣٧- محمد شومان: «العولمة ومستقبل الإعلام العربي»، مركز الدراسات السودانية، القاهرة ٢٠٠٠.

٣٨- الفاتح كامل: «الحروب الأمريكية الجديدة»، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.

٣٩- مصطفى المصمودي: «النظام الإعلامى الجديد»، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٨٥.

٤٠- ناهد رمزي: «المرأة والإعلام في عالم متغير» الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، الطبعة الأولى، يوليو ٢٠٠١.

٤١- محمد محمد داود: «حرب الكلمات في الغزو الأمريكي للعراق»، دراسات في العربية المعاصرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة ٢٠٠٣.

٤٣- عبد العزيز شرف: «الجغرافيا الصحفية وتاريخ الصحافة العربية»، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، ٢٠٠٤.

٤٤- وجدي شفيق: «عولمة الإعلام والتغيير والمجتمع العربي»، دراسة حالة مصرية، دار مكتبة الإسراء، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦.

الدوريات:

١ - السيد ياسين: «مفهوم العولمة»، المستقبل العربي، العدد ٢٢٨، فبراير١٩٩٨.

٢ - ألفت حسن الأغا: «الدراسات الإعلامية»، أبريل - يونيه، ٢٠٠٧.

٣- الكتاب السنوي: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، مطابع دار أخبار اليوم للصحافة، القاهرة، ٢٠٠٤.

٤- الكتاب السنوي: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، مطابع دار الجمهورية للصحافة، القاهرة، ٢٠٠٥.

٥- الكتاب السنوي للهيئة العامة للاستعلامات، وزارة الإعلام، عام ٢٠٠٥.

٦- الكتاب السنوي للهيئة العامة للاستعلامات، وزارة الإعلام، مطابع الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٠٥.

٧- عبد العزيز شرف: «ماهية التحرير الإعلامي»، مجلة عالم الفكر، العدد الثاني، المجلد ١١، الكويت ، سبتمبر ١٩٨٠.

٨- عواطف عبد الرحمن: «الإعلام العربي وتحديات العصر»، الدراسات الإعلامية، العدد ٨٨، القاهرة، ١٩٩٧.

الصحف والمجلات:

الصحف:

١- المنظمة العربية لمناهضة التمييز وإسرائيل تاريخ واستهداف المدنيين، الأهرام بتاريخ ٢٠٠٦/٨/٩.

٢- الشافعي بشير: «أرادوا لبنان عبرة، فأصبح نموذجا وفخرا» جريدة الوفد، العدد ٦٠٦٩ بتاريخ ٢٠٠٦/٨/١٣.

٣- عادل صبري: «الدم العربي الرخيص»، جريدة الوفد ٦٠٦٩ بتاريخ ٢٠٠٦/٨/١٣ .

٤- عبد العليم محمد: «مدرسة جديدة في المقاومة»، جريدة الأهرام، ١٤ أغسطس ٢٠٠٦.

٥- فيصل أبو خضر: «إسرائيل تنتصر اليوم»، جريدة الأهرام، ٢٠٠٦/٨/١٤.

٦- كارم يحيى: «لبنان وفلسطين اتساع مجال الرعب الأمني»، جريدة الأهرام، بتاريخ ٢٠٠٦/٩.

٧- مها النحاس: «تحديات الإعلام بين الشرق والغرب»، جريدة الأهرام، بتاريخ ٨ إبريل ٢٠٠٧.

٨- محمود وهيب السيد: «ملاحظات حول لبنان» الأهرام المسائي، بتاريخ ٢٠٠٦/٨/٣٠.

٩- صلاح الدين حافظ: «لم يتركوا لنا سوى الكراهية»، الأهرام، بتاريخ ٢٠٠٦/٨/٣٠.

المجلات:

١- «العولمة ومستقبل الدولة»، مجلة الدفاع، العدد ١٥٠، القاهرة، يناير ١٩٩٩.

٢- السيد ياسين: «موقع الوطن العربي من ثورة المعلومات»، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الإستراتيجية، دمشق، سوريا، أبريل ١٩٩٧.

٣- جاكي جوكي (معاريف): «مختارات إسرائيلية» مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، سبتمبر ٢٠٠٦.

٤- مجلة الفن الإذاعي: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، العدد ١٨٤، دار الجمهورية للصحافة القاهرة أكتوبر ٢٠٠٦.

٥- مجلة النصر، العدد ٨١٣، السنة ٥٠ – مارس ٢٠٠٧.

الإنترنت:

الجزيرة نت (٢٥/ ٨/ ٢٠٠٦).

اتحاد كتاب الإنترنت العرب ١٢-١١-٢٠٠٦.

Cnnarabia.com بتاريخ ١٢-١١-٢٠٠٦.

Swissinfo.net بتاريخ ١٢-١١-٢٠٠٦

* * *

ثانيا : المصادر الأجنبية:

BOOKS:

1- Everett M. Rogers and D.Lawrence Kincaid, **Communicative Networks**, copyright 1981, the fress, A Division of Macmillonco I.N.C New York, 1981.

2- Michael W. Gamble, **Introduction To Mass Communication,** Second Edition, Kwal Gamble, 1989.

3- Warren Agee, Edwin Emery and philip Ault, **Introduction To mass communication**, Haper and Row publisher Newyork, 1985.

4- Wilbur, Schram, **The Process and Effect of Mass Communication Urbana**, Chicago, University of Illinois press, 1971.

5- William Rivers, **Mass Media and Modern society**, London, Delhi, universal Book, 1966.

6- David Meller "**Tell me lies: propaganda and media distortion in the attack on Iraq**" Fersa, London, Published 2004.

7- Michael W.Gamble: **Introduction to Mass Communcation**: Second edition, Kwal Gamble, 1989.

8- Reed H.Blake and Edwin Q.Harddson: **A Toxonary of Concepts in Communcation**, London, 1975.

9- Warren K. Agee, Edwin Emery and Phillip H .Ault, **Introduction to Mass Communication**, Harper and Row Puplishers, New York, 1985.

10- Wilbur Schram: **The Process and Effect of Mass Communication Urbana**, Chicago University of Illinois Press, 1971.

11- Wilbur Schram: **Communication Development and Development Process**, Princeton University Press, Princeton, 1978.

Studies and Researches:

1- Labshmana Roa: **The Role of Information in Economic and Social Change**, Report of a field Study in Indian Villages, Minneapolis University of Minnesota Press, 1963.

* * *

فهرس الموضوعات

* * *